"Tim David offers keen insight into how to better connect with others in business and in life." —ADAM GRANT, Wharton professor and *New York Times* bestselling author of *Give and Take*

The Science and Secrets Behind Seven Words That Motivate, Engage, and Influence



MAGIC WORDS

TIM DAVID

الثناء على

كلمات سحرية

"بينما تهتم معظم نصائح الاتصال بما يجب قوله أو حتى كيفية قوله ، تضع Magic Wordsالتركيز في المكان الذي تنتمي إليه: على الشخص الآخر. يقدم تيم ديفيد نظرة ثاقبة حول كيفية التواصل بشكل أفضل مع الآخرين في العمل وفي الحياة ."

—آدم جرانت ، أستاذ وارتون ومؤلف كتاب "أعط وخذ "من أكثر الكتب مبيعًا في نيويورك تايمز

"بصفتي مؤلفًا ، أعتقد أن الكلمات التي نختار استخدامها هي كل شيء. إنها تؤثر على علاقاتنا وتحقيق الهدف والسعادة. يفهم تيم ديفيد قوة استخدام الكلمات الصحيحة. في هذا الكتاب العملي ، يقدم لنا ديفيد طرقًا وأدوات محددة لجعل كل شيء أفضل في حياتنا. "

، John G. Miller—مؤلف !QBQو !Outstandingو Parenting the QBQ Way

"يبدو فن الساحر واضحًا بمجرد تفكيكه -وتظهر كلمات تيم ديفيد السبع واضحة حتى يفصلها عن بعضها ليُظهر لنا أسرارها ، ويعلمنا بمهارة كيفية إنشاء سحرنا الخاص. ربما ليس من المستغرب أن أجد الكتاب مقنعًا وممتعًا و

. .فاتن!" ·

—روزالي ماجيو ، مؤلفة كتاب "كيف تقولها"

"يلاحظ السحرة الأشياء الصغيرة -ويعتمدون على بقيتنا حتى لا نلاحظها ، لتحقيق السحر. في هذا الكتاب ، يسحب تيم ديفيد الستار ليكشف عن القوة المذهلة للكلمات اليومية عند استخدامها بالطريقة الصحيحة. هذا كتاب رائع ، مليء بالعلوم القوية والقصص المقنعة ، ويجب قراءته لأي شخص يتعامل مع البشر الآخرين بشكل منتظم ."

—هيدي جرانت هالفورسون ، مؤلف كتاب 9أشياء يقوم بها الأشخاص الناجحون بشكل مختلف والمدير المشارك لمركز علوم التحفيز ، كلية كولومبيا للأعمال

"طازجة وبسيطة وعلى الهدف! في كل تفاعل ، نقوم بزيادة الثقة أو تقليلها. السيد ديفيد يحصل عليه! إنه يعطي مخططًا واضحًا لبناء الروابط وتحويل العلاقات باستخدام سبع كلمات قوية! هذا كتاب واحد سأستخدمه! شكرًا لك."

—ديفيد هورساجر ، مؤلف كتاب The Trust Edgeالأكثر مبيعًا

"لقد أمضيت عقودًا في تعليم الناس كيفية تكوين علاقات أعمق مع أحدهم

اخر. يسعدني أن أبلغكم أن كلمات Tim David's Magic سوف تساعدك على القيام بذلك ببساطة وبسرعة وسهولة. ضع اقتراحات تيم في الحياة اليومية ، وستعتقد أيضًا أن هناك سحرًا وتأثيرًا حقيقيًا في قوة الكلمات.

أثبت ذلك لنفسك من خلال قراءة هذا الآن ."

—كينتون كنيبر ، مؤلف كتاب Wonder Words ، عالم عقلي ، خبير في الاقتراحات ، ومؤثر في الصوت

"تبرز الكلمات السحرية من فوضى كتب الاتصالات التي تدفع الكليشيهات المتعبة. يقدم Tim David رؤى جديدة وذكية حول فن وعلم تحفيز البشر والتأثير عليهم. إذا كنت تعمل مع أشخاص ، فستحتاج إلى هذا الكتاب ."

—جويل باور ، متحدث دولي ومؤلف كتاب "كيفية إقناع الأشخاص الذين لا يريدون أن يتم إقناعهم "

Magic Words "هو كتاب رائع لأنه لا يشرح فقط السبب وراء قدرة كلمات معينة على إثارة استجابة تلقائية ، ولكنه يوضح لك أيضًا كيف يمكنك استخدام هذه الكلمات لتحفيز الأصدقاء والزملاء وحتى نفسك. إذا كان بإمكانك تخيل تحول بسيط في الطريقة التي تستخدم بها بعض الكلمات الشائعة مما يؤدي إلى قيام المزيد من الأشخاص بما تطلب منهم القيام به ، فأنت ترى بالفعل النتائج التي يمكنك الحصول عليها من ." Magic Words

، Rintu Basu—المؤلف الأكثر مبيعًا للكتاب الأسود لمهارات الإقناع

"الكلمات قوية. تساعدك الكلمات السحرية على فهم وتطبيق تلك القوة.
قراءة ممتعة وعملية ، سيمنحك الكتاب منظورًا مختلفًا حول اختياراتك للكلمات ، مما يساعدك على اختيار الكلمات المناسبة في الوقت المناسب ."

—نيك كوليندا ، مؤلف كتاب "طرق الإقناع"

"تقرأ بين الحين والآخر كتابًا غنيًا بالأفكار والمفاهيم يمكنك تقديمه على الفور للحصول على نتائج مثيرة. إن وضع المبادئ التي شاركها تيم في الممارسة يمكن أن يأخذك من فعال إلى مؤثر للغاية. هذا أمر لا بد منه للجميع ، وليس فقط لمندوبي المبيعات ، لأن التواصل والتأثير عنصران أساسيان في حياتك الشخصية والمهنية ."

—كين تشيو ، رئيس مدرب المبيعات لدينا

"نظرًا لتكنولوجيا اليوم ، يحدق معظمنا في iPhone أو شاشة الكمبيوتر اللوحي للتواصل. ستعلمك كلمات تيم ديفيد السحرية كيفية بناء علاقات إنسانية أقوى مع أي شخص تتفاعل معه. على مر السنين ، كانت كلمات ديفيد دائمًا ملهمة. حاليا . . . يمكن للجميع الاستفادة من إتقانه ."

-ناثان كرانزو ، مستشار سحر تلفزيوني

يعتقد معظم الناس أن الصناعة المالية هي عمل معرفي. هذه ليست معرفة أو أعمال أرقام -فأنت تعطيني جهاز iPad والإنترنت ويمكنني اكتشاف أي شيء تقريبًا. هذا هو الآن عمل كلمات ، عمل لغوي ، عمل أسئلة ، عمل قصص . تريد زيادة إنتاجيتك؟ اعمل على كلماتك ولغتك وأسئلتك وقصصك! تيم ديفيد قادر على التعبير عن الكلمات المناسبة لأي صناعة وهذا الكتاب هو مصدر رائع لتحسين كلماتك ولغتك. "

—توم حنا ، خبير اقتصادي ومؤلف كتاب "شيكات الرواتب وشيكات اللعب"

"بصفتي شخصًا يتحدث من المسرح ، فإن وظيفتي هي اختيار كل كلمة بعناية لتحقيق أقصى قدر من التأثير. يقدم كتاب ، Magic Words ، Tim Davidنظرة ثاقبة لبعض أكثر الكلمات المشحونة نفسيا والتي يمكن لأي منا أن ينطق بها. من خلال سلسلة من الحكايات والحكايات المليئة بالمجاز ، يعطينا تيم أكثر من مجرد تعريفات. بدلاً من ذلك ، نترك بفهم عميق ليس فقط للسياق ولكن أيضًا للعلم البارد والصعب وراء استخدام هذه "الكلمات السحرية" المختارة خصيصًا. "

، "Kennedy "That Mind Reader Guy—فنان الترفيه الحائز على العديد من الجوائز في مناسبات الشركات

"كنا نعلم دائمًا أن العصي والحجارة قد تكسر عظامنا ، والآن نعرف بالضبط ما تفعله الكلمات بالدماغ البشري. الكتاب العظيم!"

—سكوت باري كوفمان ، المدير العلمي لمعهد الخيال وباحث في مركز علم النفس الإيجابي ، جامعة بنسلفانيا

"في زمن وسائل التواصل الاجتماعي ، والرسائل النصية ، ورسائل البريد الإلكتروني ، والأشخاص المختبئين خلف الشاشات ، أشيد بشدة بـ Magic Wordsباعتبارها قراءة قوية للكلمات البسيطة التي ، عند استخدامها بشكل صحيح ، تلهم العظمة - ليس فقط بداخلك ، ولكن الآخرين أيضًا. هذا الكتاب هو عاصفة من الريح موضع ترحيب لجيل صاعد وقادم للغاية من الشباب ."

—جيف يالدين ، المتحدث التحفيزي الأول في أمريكا للمراهقين ، والمراهق المشهور ومدرب الحياة الأسرية

سيجد المعلمون والمستشارون وجميع العاملين في المهن المساعدة حكمة تغير الحياة في الكلمات السحرية. يتم تقديم ملاحظات تيم ديفيد الثاقبة حول الحياة وممارسات الاتصال القوية حقًا في أداة تحويل صفحات مسلية تنفث الهواء النقي في التعلم الاستراتيجي. يجب أن يأخذ المعلمون والمستشارون ومحترفو التسويق الأكثر انشغالاً الوقت الكافي لقراءة هذا الكتاب السحري الرائع والمبهج ."

-دكتور. جاي دي ألبا ، مدير مدرسة سانت مارغريت ، رومفورد ، رود آيلاند ، وأستاذ مساعد في كلية الدراسات المهنية (ماجستير في برنامج الإرشاد) ، كلية بروفيدنس

"يترجم تيم ديفيد بدقة البحث النفسي الاجتماعي إلى سبعة مبادئ قوية يمكن أن تساعد الناس على التواصل بشكل أفضل مع الآخرين. تظهر هذه الحيل البسيطة من ساحر ماهر أن الكلمات مهمة لأن الاتصال مهم ."

—سارا كونراث ، مديرة البرنامج متعدد التخصصات لأبحاث التعاطف والإيثار ، مدرسة ليلي العائلية للعمل الخيري ، جامعة إنديانا

"إذا كنت مهتمًا بأن تصبح أكثر قوة من الناحية الأخلاقية ، أو أن تجعل الناس يقولون لك نعم في كثير من الأحيان ، أو تحتاج فقط إلى أن تصبح أكثر إقناعًا وتأثيرًا ، فإن Magic Words هي إضافة أساسية إلى مكتبتك. أنشأ Tim David كتابًا مليئًا بالنصائح والاستراتيجيات والتكتيكات سهلة المتابعة التي تريدها وتحتاجها. احصل عليه."

—David M. Frees III ، JD ، مؤلف ، مدرب محامي ، و "The Grand Master" لمهارات الإقناع والتأثير

"الكلمات السحرية هي المورد الوحيد الأكثر تحديدًا والأكثر أهمية حول كيفية التأثير على الناس وإقناعهم وتحفيزهم والتواصل معهم باستخدام اللغة وحدها. يجب على كل شخص على وجه الأرض وضع هذا الكتاب على رفوفه إذا أراد أن يصبح متحدثًا أو صديقًا أو مستشارًا أو مندوب مبيعات أو صاحب عمل أكثر إقناعًا وإشراكًا وتأثيرًا. إذا كنت تريد أن تصبح قويًا ومقنعًا بشكل طبيعي ، يجب أن تقرأ الكلمات السحرية. إنه يشبه كتاب التعاويذ الواقعي! "

—روب جيه تمبل ، منوم مغناطيسي ومدرب أسلوب الحياة

“سريع ومفيد ورائع. جمع تيم ديفيد سبع من أقوى الكلمات التي يمكن أن تقدمها اللغة الإنجليزية. افهمهم وستفهم الناس ."

—جيف رونينج ، أحد مؤسسي StealthSeminar.com ومستشار أعمال

MAGIC WORDS

The Science and Secrets Behind 7 Words That Motivate, Engage, and Influence

Tim David

PRENTICE HALL PRESS

مطبعة قاعة برنتيس
تم النشر بواسطة Penguin Group
مجموعة بنجوين (الولايات المتحدة الأمريكية) ذ
375شارع هدسون ، نيويورك ، نيويورك 10014

الولايات المتحدة الأمريكية •كندا •المملكة المتحدة •أيرلندا •أستراليا •نيوزيلندا •الهند •جنوب إفريقيا •الصين penguin.com

شركة Penguin Random House

كلمات سحرية

PRENTICE HALL PRESS هي علامة تجارية مسجلة لشركة Penguin Group (USA) LLC.

رقم ال ISBN: 978-0-69816419-2

تم تقديم طلب لتسجيل هذا الكتاب للفهرسة إلى مكتبة الكونغرس.

الطبعة الأولى: ديسمبر 2014

النسخة 1

محتويات

نحن نعلم أن الكلمات لا تستطيع تحريك الجبال ، لكنها تستطيع تحريك الجمهور. . . .
الكلمات تشكل الفكر وتثير المشاعر وتولد العمل ؛ يقتلون ويحيون ويفسدون ويشفيون. لقد لعب "رجال الكلمة" -كهنة وأنبياء ومثقفون -دورًا أكثر حسماً في التاريخ من القادة العسكريين ورجال الدولة ورجال الأعمال.

—إريك هوفر ، محنة التغيير ، 1976

المقدمة

أكبر مشكلة في العالمية

هناك مشكلة نجدها في حكوماتنا ومدارسنا وعائلاتنا. إنه يؤثر على كل دولة في العالم وكل مواطن فيها. نستثمر سنوات من حياتنا ومليارات الدولارات في محاولة لحلها. الشركات الكبرى تحاربها. المنظمات غير الربحية تخشى ذلك. يدرس رواد الأعمال الحلول لها. في الواقع ، إنه يزعجني الآن وأنت تقرأ هذا. إنه كبير. انها في كل مكان. وأنا لا أتوقع أن تختفي من تلقاء نفسها في أي وقت قريب.

. . إليك بعض الأمثلة على ذلك.

- لا يمكن للمدرسين إقناع طلابهم بأداء واجباتهم المدرسية.
- لا يمكن للمديرين جعل أعضاء فريقهم يعملون بجدية أكبر أو بكفاءة أكبر.

- لا يستطيع المحققون جعل رعاياهم يقولون الحقيقة.
- لا يستطيع مندوبي المبيعات الحصول على عملاء محتملين لشراء المزيد من المنتجات.
- لا يمكن للأطباء جعل مرضاهم يمتثلون لخطط العلاج.
- لا يستطيع الآباء جعل أطفالهم يتصرفون.
- لا يستطيع رواد الأعمال حث المستثمرين على شراء رؤيتهم.
- لا تستطيع المنظمات غير الربحية حمل الناس على التبرع لقضية ما.
- لا يمكن للاعبي البوكر الحصول على رهان كبير على منافسيهم.
- لا يستطيع الزعماء الدينيون إقناع الناس بالتحول.
- لا يستطيع المفاوضون إقناع خصومهم بتقديم تنازلات.

أكبر مشكلة في العالم؟
عدم القدرة على حمل الناس على فعل الأشياء.
حل هذه المشكلة ويمكنك حل أي شيء. إذا استطاع المزيد من الآباء

تحفيز أطفالهم وقيادتهم بفعالية إلى مرحلة البلوغ ، إذا كان بإمكان المزيد من المعلمين إلهام طلابهم وإشراكهم ، وإذا كان بإمكان المزيد من الأطباء التأثير على مرضاهم نحو صحة أفضل ، فسيكون هذا العالم مكانًا أفضل.

لفعل أي شيء له أهمية على هذا الكوكب ، أنت بحاجة إلى جيش. اذا أنت
تريد أن تحدث تغييرًا دائمًا أو أن تفعل "خيرًا حقيقيًا ودائمًا" ، كما أعلن أندرو كارنيجي ، فأنت بحاجة إلى تحفيز الحركة. لا يهمني إذا كنت تريد بدء عمل تجاري ، أو منظمة غير ربحية ، أو عائلة. لا يهم إذا كنت ترغب في صنع فيلم أو كتابة كتاب أو الذهاب إلى المريخ. لا يمكنك أن تفعل ذلك بمفردك. من الصعب جدًا أن تكون قائدًا إذا لم يتبعك أحد. إذا كنت تريد تحريك الجبال ، فأنت بحاجة إلى أن تكون قادرًا على نقل الناس.

الحلول القياسية

يحاول معظم الناس تحفيز الآخرين من خلال التسول والرشوة والتحفيز عليهم حتى الموت. عندما لا ينجح ذلك ، يصبحون يائسين ويبدأون في التذمر أو التلاعب أو الخداع للحصول على النتائج التي يريدونها.

إنهم يعتقدون أن "الوصول إلى نعم" هو الهدف الوحيد لتواصلهم. في الواقع ، هذا ليس جيدًا بما يكفي. لا نريد فقط أن يقول لنا الناس "نعم" ، ولكننا نريدهم أن يتابعوا ويفعلوا ما وعدوا به.

هذا كتاب عن الكلمات التي تتحول إلى أفعال. يتعلق الأمر بتحفيز الموظفين ، وإشراك الطلاب ، وبدء الحركات ، وتمكين الأطفال ، ومساعدة العملاء ، وأن تصبح قائدًا مؤثرًا. باختصار ، يتعلق الأمر بجعل الناس يفعلون الأشياء.

نوعا من.
يجب أن أبدأ على الفور بالسر الكبير المتمثل في حمل الناس على القيام بالأشياء. إنه بسيط ولكنه متناقض.

لا يمكنك.
حمل الناس على القيام بالأشياء هو الهدف وليس العملية. إذا حاولت تحفيز الناس بشكل مباشر ، فسوف تفشل.
أي شخص حاول تغيير سلوك شخص ما يعرف أن هذا صحيح بشكل مؤلم.

كما يقول المؤلف الأكثر مبيعًا دانيال بينك ، "التحفيز ليس شيئًا نقوم به
لأشخاص آخرين." يقول المثل القديم ، "يمكنك أن تقود الحصان إلى الماء ، لكن لا يمكنك أن تجعله يشرب." ومع ذلك ، يمكنك أن تجعله يشعر بالعطش.
الدافع والتأثير يتعلقان بخلق الظروف التي يصبح فيها الدماغ البشري "عطشانًا" بطريقة يتبعها الجسم. النبأ العظيم هو

أن الغالبية العظمى من العقول عطشى بالفعل بطريقة ما. إنهم يعيشون الحياة بسلسلة من الرغبات والاحتياجات والرغبات. عليك فقط البحث عن دوافعهم والاستفادة منها. عندما تفعل ذلك ، انتبه! إن مشكلتك الأكبر لن تكون توليد الحافز ، بل توجيهه.

الكلمات السحرية السبع في هذا الكتاب ليست مجرد كلمات. جذورهم تلمس احتياجات عميقة لدى كل شخص. إن قول "لأن" يتعلق بتحديد الهدف. إن قول "نعم" يدل على القبول. استخدام اسم الشخص يدل على الأهمية. هذه دوافع بشرية عميقة نتشاركها جميعًا. هم يربطوننا.

من أجل أي اتصال للحصول على نتائج -سواء كانت خدعة سحرية أنا

الأداء على خشبة المسرح ، أو عرض ترويجي للمبيعات تقدمه في غرفة الاجتماعات -يجب أن يبدأ بشيء صغير بعيد المنال يسمى الاتصال البشري.

التواصل البشري هو التربة التي ينمو فيها "حمل الناس على القيام بالأشياء". احصل على هذه القطعة بشكل صحيح ويمكنك العبث في الكثير من المجالات الأخرى ولا تزال تحصل على النتائج.

أخطأت في هذه القطعة وانتهت اللعبة حتى قبل أن تبدأ.

عندما يكون المعلمون متصلين حقًا بطلابهم ، يحدث التعلم.

عندما يرتبط الأطباء حقًا بمرضاهم ، يحدث الشفاء. عندما تكون الشركات مرتبطة حقًا بعملائها ، يحدث العمل.

مهارة في أزمة

في حين أن كمية التفاعل البشري آخذة في الارتفاع ، فإن جودة الاتصال البشري تتلاشى.

تعتقد أخصائية علم النفس الاجتماعي سارة كونرات أن هذا ليس من قبيل المصادفة. لها أرقام البحث صادمة.

على مدى العقود الثلاثة الماضية

وجد عدد متزايد من الدراسات انخفاضًا في القلق التعاطفي (أي التعاطف مع مصائب الآخرين) جنبًا إلى جنب مع زيادة النرجسية.

قادنا هذا النمط من تقليل التعاطف وزيادة التركيز على الذات إلى موقف يكون فيه "دفع الناس إلى القيام بالأشياء" هو كل ما يتعلق بنا وبدوافعنا الخاصة بدلاً من التركيز عليهم ودوافعهم . لا عجب أننا أصبحنا سيئين للغاية في ذلك.

لذا فإن أكبر مشكلة في العالم تتطلب الحل الأكبر في العالم: زيادة فورية وواسعة النطاق في الاتصال البشري.

والكلمات هي أفضل مكان للبدء.

كلمة عن الكلمات

في عام ، 1967نشر البروفيسور ألبرت مهرابيان من جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس ورقتين بحثيتين مشهورتين قدمتا ادعاءً جريئًا للغاية. 7في المائة فقط مما ننقله للآخرين له علاقة بالكلمات التي نقولها ؛ يتم نقل الباقي من خلال نغمتنا الصوتية ولغة الجسد 38)بالمائة و 55بالمائة على التوالي).

وصلت عبارة "ليس ما تقوله ، إنه كيف تقوله" منذ ذلك الحين إلى حالة مبتذلة. على مدى العقود الخمسة الماضية ، كان "الخبراء" يلوحون بهذه الإحصائية كوسيلة لبيع كتبهم أو حثك على حضور ندوات لغة الجسد. لقد تم التغلب على هذا المفهوم تمامًا في رؤوسنا -وغالبًا من قبل الأشخاص الذين لا يفهمون تمامًا ما توصلت إليه الدراسة الأصلية بالفعل.

إذا كنت تؤمن بتفسيرهم لدراسة مهرابيان ، فيجب أن تكون قادرًا على مشاهدة عرض باللغة الإسبانية وفهم 93بالمائة مما يحدث من خلال النبرة الصوتية ولغة الجسد وحدها -حتى لو كنت لا تتحدث الإسبانية!

إنها لا تعمل بهذه الطريقة.

إليكم ما قاله محرابيان نفسه: "ما لم يتحدث المحاور حول مشاعرهم أو مواقفهم ، فهذه المعادلات غير قابلة للتطبيق ."

وهذا يفسر سبب تمكن الأشخاص غير الناطقين بالإسبانية من مشاهدة برنامج تلفزيوني إسباني وإدراك المشاعر التي تصورها الشخصيات بدقة.

ومع ذلك ، فإن الكلمات لا تخلو تمامًا من المشاعر أيضًا. كما يشير عالم النفس جون جوتمان ، "لم تكن المسرحيات موجودة إذا لم تحتوي الكلمات على إمكانات كبيرة لتوصيل المعلومات العاطفية."

وإتقان الكلمات هو مهارة أكثر أهمية في وقت الرسائل الإلكترونية واستحوذت النصوص على نسبة كبيرة من تفاعلاتنا.

إذن من على حق؟ هل ما تقوله أهم من طريقة قوله أو الرذيلة بالعكس؟ هل تعتمد على الوضع؟

في الواقع ، هذا هو السؤال الخطأ.
ما تقوله ليس بالضرورة مهمًا. كيف تقول ذلك ليس بالضرورة
مهم. حتى القصد من وراء ما تقوله ليس بالضرورة مهمًا أيضًا.

لذا توقف عن القلق بشأن كل تلك الأشياء. لا يتعلق الأمر بك على أي حال. بدلاً من ذلك ، ابدأ في التركيز على ما يسمعه الناس. بدلاً من النظر إلى النسب المئوية ، نحتاج إلى البدء في النظر في التأثير العام لاتصالاتنا على الأشخاص الذين نشاركها معهم.

كيف تؤثر اللغة على الناس -هذا هو السحر الحقيقي للكلمات.

[إنها] لم تكن اللغة نفسها. لم يكن كلام اللغة نفسها. لم يكن حتى ما قصده شخص ما. لكن هذه هي الطريقة التي أثرت بها هذه اللغة علي.
-والتر موسلي ، "دع هذا الوزن يذهب ،" TheMoth.org

دماغك الكسول

عقلك يحب الاختصارات. العالم مكان معقد ودماغك يتعرض للهجوم بلا هوادة بكمية لا تصدق من المعلومات الحسية. يجب أن يكون لديك سلسلة من الردود المبرمجة مسبقًا لمساعدتك على التعامل مع الطوفان.

لهذا السبب عندما تسمع ضوضاء عالية مفاجئة ، يهتز جسمك للانتباه.
عندما ترى طعامًا لذيذًا ، فإن فمك يسيل. عندما تكون الغرفة مظلمة أو ساخنة أو كليهما ، فإنك تشعر بالنعاس. تلقائيا.
ليس عليك التفكير ، فهذا يحدث فقط.
مثل كلاب بافلوف ، نختبر هذه الاستجابات المشروطة لأن دماغنا تعلم توقع ما سيأتي بعد ذلك. تمت برمجة بعض هذه الدروس في أدمغتنا من خلال آلاف التجارب الحياتية المتكررة.

بعضها مبرمج مسبقًا بشكل أعمق في أدمغتنا عبر مئات الآلاف من السنين من تجارب أسلافنا.

هل من الممكن أن تكون هناك استجابات مماثلة لـ "السبب والنتيجة" تحدث في دماغنا عندما نسمع كلمات معينة؟
هل من الممكن أن تكون هناك أجزاء معينة من الاتصال البشري تتطلب عالميًا رد فعل "مختصر" محدد جدًا؟

نعم.
من الممكن أيضًا أن نشير عن قصد إلى ردود الفعل هذه في أدمغة هؤلاء
من حولنا من أجل التواصل بشكل أكثر فعالية. كما ترى ، الكلمات التي تمت مناقشتها في هذا الكتاب ليست مجرد كلمات طنانة أو عبارات. لا يفعلون

تعتمد على حالة المستمع أو تربيته. (في بعض الحالات ، لا يهم حتى إذا كان الشخص يستمع). فهم لا يفقدون أيًا من قوتهم عند الترجمة إلى لغات أخرى ، ولا يتأثرون بالتغيرات الثقافية. الظاهرة التي خلقتها هذه الكلمات السحرية هي استجابة إنسانية فطرية عميقة.

أنت الآن تعرف شيئًا لا يعرفه 90بالمائة من السكان
فهم كامل أو يرفض القبول.
عندما تتحدث ، فأنت تؤثر على دماغ أي شخص يسمعك. إذا
اخترت عدم الكلام ، صمتك يؤثر عليهم. تواصلك يغير الكيمياء العصبية الخاصة بهم.

الأشخاص الذين يرفضون قبول هذا يفعلون ذلك لأنهم يخافون من التلاعب. لا يحب البعض فكرة التأثير على أفكار الآخرين لأسباب أخلاقية مفترضة ، والبعض الآخر لا يريدون المسؤولية. ومع ذلك ، لكي تكون متواصلاً فعالاً ، يجب أن تتبنى هذه الحقيقة: سواء كنت تنوي ذلك أم لا ، فأنت تتلاعب بأفكار ومشاعر وأفعال الآخرين.

لا تقلق ، أنت بصحبة جيدة. إليكم بعضًا من المتلاعبين بالتاريخ العظماء: الأم تيريزا ، وأبراهام لينكولن ، ومارتن لوثر كينغ جونيور ، ووينستون تشرشل ، ومايا أنجيلو ، وغاندي ، وإليانور روزفلت ، وعدد لا يحصى من الأشخاص الذين استخدموا قوة الكلمات في تحريك الناس لإشعال حقوق الإنسان. الحركات ، العبيد الأحرار ، تمكين الضعفاء ، إحداث الإصلاح السياسي. إنهم متواصلون رائعون ، نعم ، لكنهم متلاعبون؟

عندما نفكر في التلاعب ، فإننا نفكر في المتلاعبين غير العظماء في التاريخ. أشخاص مثل بيرني مادوف ، وفرانك أباجنال جونيور ، وبيني هين ، أو أي شخص آخر يستخدم نفس المهارات الدقيقة لبيع السيارات المستعملة السيئة ، أو تبرئة المتهمين المذنبين ، أو خدع كبار السن من بين الملايين. لكن في الواقع ، أثرت كلتا المجموعتين على أفكار وعواطف وأفعال الكثير من الأشخاص الآخرين.

الفرق إذن هو في النية. لا أحد يشك في أن التواصل أداة قوية. ومثل الأدوات المادية ، يمكن استخدام التواصل لبناء أو هدم. في يد بول بنيان ، يعتبر الفأس أداة مفيدة. في يد ليزي بوردن ، إنه سلاح فتاك. إنه ليس الفأس في حد ذاته ؛ إنها نية الشخص الذي يستخدم الفأس.

سيوفر لك باقي هذا الكتاب أدوات قوية. قبل استخدام أي
منهم ، امنح نفسك "اختبار العلاقات العامة". اسأل نفسك: "ماذا سيحدث إذا تم تسجيل هذه المحادثة والتقاطها من قبل كل منفذ إخباري رئيسي؟ كيف سيكون شعور الجمهور حول نيتي؟ هل يوافق 95في المائة من الناس على أن ما أفعله هو الشيء الصحيح؟ "عندما تكون نيتنا موضع شك ، فإننا نميل إلى الاختباء في الظل. عندما تكون نيتنا إيجابية ، ليس لدينا

مشكلة في الصراخ من فوق أسطح المنازل.
لحسن الحظ ، معظمنا ليس مثل ليزي بوردن. إذا كنت من نوع الشخص
من سيقرأ كتابًا مثل هذا ، فأنا أشك في أن نيتك هي إيذاء الآخرين بكلماتك. بدلاً من ذلك ، يأتي الخطر الحقيقي بالنسبة لنا عندما ينتهي بنا الأمر مثل كريس هانسون.

في عام ، 2003كان كريس هانسون هو المقامر لجاكسونفيل جاغوار. حاول المدرب الرئيسي جاك ديل ريو تحفيز كريس وبقية فريقه بوضع جذع شجرة ضخم في غرفة خلع الملابس مع فأس. تم تشجيع اللاعبين على اختراق السجل قليلاً كل يوم لتوضيح قيمة المثابرة. كان شعار "استمر في تقطيع الخشب" هو الشعار المجازي.

في وقت ما في الأسبوع الخامس تقريبًا من موسم اتحاد كرة القدم الأميركي ، أخذ هانسون اختراقًا في سجل وغاب. بدلا من ذلك ، أخذ قطعة كبيرة من ساقه. كانت إصاباته خطيرة لدرجة أنه تم نقله على الفور إلى المستشفى لإجراء عملية جراحية طارئة.
لحسن الحظ ، تعافى كريس هانسون وتمكن من مواصلة ضرب كرات القدم لجاكوار.

في هذه الحالة ، لم يتم استخدام الفأس حقًا كأداة ولم يتم استخدامه كسلاح بالفعل. كانت أداة قوية في يد حرفي غير ماهر. هذا هو الحل الوسط الخطير حيث يحدث الضرر ويتأذى الناس. إنه نفس الشيء مع التواصل. إنها أداة قوية ، ولكن في كثير من الأحيان يستخدمها حرفيون غير مهرة.

يحب الناس "الجناح" عند التواصل. في معظم الحالات ، يتبعون دوافعهم ويتفاعلون مع كل نزوة. إنهم يمسكون بالفأس ، ويتأرجحون ، ويأملون أن يصطدموا بساق وليس على الساق. قد يضعون العصابة على أعينهم أولاً. لا بأس في الخروج من الشبكة وتوجيهها بين الحين والآخر من خلال اتصالك ، ولكن لا يجب عليك كسر القواعد إلا إذا كنت قد تعلمتها أولاً.

في مجال التمثيل ، أفضل المدعوين هم أولئك الذين يعرفون السيناريو من الداخل والخارج.

مع أخذ ذلك في الاعتبار ، دعونا نلقي نظرة على أول كلمة سحرية لدينا ونرى التأثيرات القوية لها في أذهان كل من يسمعونها.

"نعم"

كنت راكعًا في الحصى البارد والمغبر بجوار سيارتي ، ممسكًا بشيء صغير وأتمنى شيئًا كبيرًا. هذه المرة ، لن تكون هناك حيل سحرية. لا علم نفس ذكي أو نكات -مجرد سؤال بسيط.

"هل ستتزوجني؟"
الصمت.
مزيد من الصمت.

لم يحدث الأمر بهذه الطريقة عندما كنت أتدرب عليه مرارًا وتكرارًا في ذهني.
بدأت معدتي تتقلب بينما كانت أفكار السيناريو الأسوأ تتسابق في ذهني. إنها تكره الخاتم! لم يكن اقتراحي رومانسيًا بدرجة كافية! لقد صُدمت من فكرة قضاء بقية حياتها معي!

أوه عظيم ، الآن هي تبكي.
لم أكن قد خططت لذلك.
بدت ضائعة بسبب الكلمات ، لذلك جمعت جملتين محرجتين.
"إذن ، هل ستجيب؟ بدأت ركبتي تؤلمني نوعًا ما ."
هذا عندما انكسر السد.
"نعم!"
رمت ذراعيها حولي وضغطت على كتفي بنشيب من الفرح.
حتى يومنا هذا ، إنها أكثر كلمة سحرية سمعتها على الإطلاق.

علاقة الزواج شيء جميل -ومكان رائع للتعرف على التفاعل البشري. ربما لا يوجد من درسها أكثر من الدكتور جون جوتمان. زار آلاف الأزواج "مختبر الحب" لجوتمان لتوثيق تفاعلاتهم على الفيلم وتحليلها.

أعطت عقود من البحث غوتمان قدرة خارقة على التنبؤ بالطلاق.
وفقًا لدراساته ، بعد مراقبة أي زوجين لمدة لا تزيد عن خمس دقائق ، يمكنه التنبؤ (بدقة حوالي 91بالمائة) أي الأزواج سيتم الطلاق وأي الأزواج سيظلون معًا بعد خمسة عشر عامًا من الآن. هذه أشياء رائعة -حتى بالنسبة للساحر. يبدو أن الدكتور جوتمان قد تصدع

مدونة العلاقات الإنسانية.
يبحث عن ست علامات للطلاق. يمكن لأي واحد منهم ترك دون رادع أن يفسد ملف
زواج. خمسة من أصل ستة متجذرة في عكس ما تمثله كلمة "نعم" تمامًا. وأشهر مثال له هو التعبير عن الازدراء. إلى
جانب النقد والدفاع والمماطلة ، يشكل الازدراء كتاب جوتمان "الفرسان الأربعة لنهاية العالم" -مؤشره الثاني على الطلاق.

أسوأ بكثير من مجرد قول لا لفكرة ، الازدراء هو حق موجه "لا"
في قلب الشخص الآخر. إنه رفض كامل لمن هم. تقول ، "أنا متفوق عليك أخلاقياً."

وفقًا لخبير الاتصال غير اللفظي الأسطوري بول إيكمان ، فإن السخرية السخيفة هي أخطر تعبيرات الوجه البشرية التي
يمكن أن نجعلها -أسوأ من الاشمئزاز أو حتى الغضب. إنه تعبير الوجه الوحيد غير المتماثل بشكل طبيعي ، وقد ثبت أنه
يسبب ضررًا جسديًا وجسديًا لأي شخص يراه.

فكر بالامر. عندما تعبر عن ازدرائك للآخرين ، فأنت لا تؤثر
فقط عواطفهم أو عقولهم ، لكن أجسادهم الجسدية! يرتفع ضغط الدم ومعدل ضربات القلب ويبدأ جهاز المناعة في الانهيار.

في الواقع ، وفقًا لغوتمان ، "الأزواج الذين يحتقرون بعضهم البعض أكثر عرضة للإصابة بأمراض معدية من غيرهم".

الازدراء هو النقيض تمامًا لما تمثله كلمة "نعم" ، وهذا هو السبب في أنه يدمر العلاقات الإنسانية من أي نوع -
حتى الزيجات الملتزمة بالنذر والقانون.

مثال آخر هو خامس إشارة طلاق لغوتمان ، وهو ما يسميه "محاولات الإصلاح الفاشلة". يحدث هذا عندما يحاول
أحد الزوجين الاتصال بشريكه أثناء الجدال. قد يكون اعتذارًا أو لفتة أو تذكيرًا آخر بأنهم في نفس الفريق. عندما يقول
الزوج الآخر لا لمحاولة الإصلاح تلك ويحافظ (أو يزيد) من غضبه أو سلبيته ، فإنه يزيد من احتمالية الطلاق.

"لهذا السبب يمكنني توقع الطلاق من خلال الاستماع إلى مناقشة واحدة فقط بين أ
زوج و زوجة. يعتبر فشل محاولات الإصلاح علامة دقيقة لمستقبل غير سعيد. إن وجود الفرسان الأربعة وحده يتنبأ بالطلاق
بنسبة 82في المائة فقط. ولكن عندما تضيف فشل محاولات الإصلاح ، فإن معدل الدقة يصل إلى التسعينيات ."

لا شيء يفطر القلب أكثر من رؤية شخص يمد غصن الزيتون بعد ذلك
غصن الزيتون لزوجهم ، فقط لإعادتهم إلى وجوههم.
النبأ السار هو أنه في حين أن "لا" يمكن أن تدمر العلاقات ، فإن "نعم" يمكن أن تحقق ذلك
معا. ستة من "المبادئ السبعة لجعل الزواج ينجح"

تدور بشكل أساسي حول قول "نعم" بكلماتك وأفعالك. في فصل بعنوان "دع شريكك يؤثر عليك" ، يبني غوتمان حالة مفادها أن قبول التأثير يجعلك في الواقع أكثر تأثيرًا. بمعنى آخر ، فإن قول "نعم" يشجع الناس على الرد عليك بنعم.

"نعم" تجسر الصراع ، وتعزز الإعجاب ، وتخلق الخبرات المشتركة ، وتعرض القبول. في علاقة الزواج ، من الواضح أن كلمة "نعم" هي كلمة سحرية ذات قوة مثيرة للإعجاب. معها ينجح الزواج. بدونها يفشل الزواج.

أظهرت عقود من البحث أن هذا صحيح بدقة 91بالمائة.

هل تنتقل قوة "نعم" إلى أنواع أخرى من العلاقات الإنسانية؟

بكلمة نعم.

الأهمية النفسية لـ .A

بسيطة "نعم"

نخشى الرفض.

السؤال المؤلم "ماذا لو قالوا لا؟" منع إجراء مكالمات المبيعات ، وطلب زيادات في الأجور ، والسؤال عن النساء طالما كان هناك أشخاص على هذا الكوكب للقلق بشأن مثل هذه الأشياء.

تؤكد الاستطلاعات تلو الأخرى أن الخوف الأول بين الناس هو الخوف من التحدث أمام الجمهور -والمعروف أيضًا باسم الخوف من الرفض العام. كنوع ، تعلمنا أن الحشود يجب أن تكون من حولنا ، وليس أمامنا مباشرة. هناك أمان في الأرقام ، وعندما نشعر بالرفض من أي نوع ، نفقد شبكة الأمان تلك. يعتبر جزء بدائي ولكنه قوي جدًا من دماغنا أن الرفض يمثل تهديدًا لبقائنا على قيد الحياة. "لا" تؤلم مثل أي شيء آخر.

من ناحية أخرى ، فإن "نعم" هي عكس الرفض تمامًا. إنها علامة على القبول والتفاهم والإيجابية. هذا يعني أنه لا يتعين علينا التغيير (نحن نكره التغيير). عقولنا تحب سماعها. لهذا السبب كُتبت المجلدات فقط حول موضوع كيفية جعل المزيد من الناس يقولون نعم لنا.

نحن نتوق إليها بعمق.

من الواضح أن "نعم" هي كلمة سحرية من الدرجة الأولى. دعونا نلقي نظرة على كيفية القيام بذلك يمكننا استخدامه للتحفيز والمشاركة والتأثير بشكل إيجابي.

اسأل نفسك نتيجة إيجابية

الأسئلة والإجابة بـ "نعم"

قبل تقديم عرض تقديمي ، قد يسأل مندوب المبيعات نفسه أسئلة نتائج إيجابية تبدو كالتالي:

- هل سأقوم بتقديم عرض مقنع؟
- هل من المحتمل أن يشتروا مني؟
- هل سيكونون راضين عن شرائهم؟

كما اتضح ، فإن فعل طرح الأسئلة هو أمر سحري. في ورقتهم البحثية الرائعة بعنوان "تحفيز السلوك الموجه نحو الهدف من خلال الحديث الذاتي الاستبطاني: دور صيغة الاستفهام في زمن المستقبل البسيط" ، وصف الباحثون إبراهيم سيناي ، ودولوريس الباراسين ، وكينجي نوجوتشي النتائج المفاجئة لتجربة ذكية أجروها في عام . 2010

تم دفع المشاركين إلى الاعتقاد بأن الباحثين كانوا "مهتمين بممارسات الكتابة اليدوية للأشخاص" وطُلب منهم كتابة إحدى الكلمات أو العبارات الأربع التالية عشرين مرة: "أنا" أو "سوف" أو "هل سأفعل" أو "سأفعل". بمجرد الانتهاء من مهمة الكتابة ، تم إعطاؤهم سلسلة من ألغاز الكلمات لحلها.

المجموعة التي كتبت عبارة الاستفهام "هل سأكون" تفوقت على المجموعات الثلاث الأخرى في مهمة ألغاز الكلمات بما يقرب من الضعف.
يبدو أن تحضير الموضوعات بسؤال بدلاً من بيان
تحسن أداءهم بشكل ملحوظ في مهمة لاحقة. أثبتت ثلاث تجارب أخرى ذات صلة هذا الأمر بشكل أكبر.

هذا هو السبب في أن مؤلف كتاب ، To Sell Is Humanدانيال بينك ، يوصي باعتماد نهج بوب البناء الشهير للرسوم المتحركة. في كل حلقة ، يواجه بوب مشكلة ، وبدلاً من طرح الحلول الممكنة ، ينتقل إلى وضع الاستفهام بالسؤال ، "هل يمكننا إصلاحها؟"

إنها نصيحة جيدة. ومع ذلك ، هناك أيضًا النصف الثاني من عقيدة بوب المتفائلة باستمرار -"نعم نستطيع!" في المقدمة والوسط هي كلمتنا السحرية "نعم". التفاؤل الذي يحمله هذا "نعم" يجلب سحرًا إضافيًا خاصًا به. وجدت دراسة أجراها بيتر شولمان ، نُشرت في مجلة إدارة البيع والمبيعات ، أن مندوبي المبيعات المتفائلين يتفوقون على نظرائهم المتشائمين بنسبة .35٪

السمة المميزة للمتفائل هي أنه سيجيب على أسئلة النتائج الإيجابية بـ "نعم". من ناحية أخرى ، يفضل المتشائمون الاستمرار في الإجابة للإجابة التي يستخدمونها في كل شيء تقريبًا -"لا". هذا يضعهم في

عيب كبير.

ومع ذلك ، لا يحتاج المتشائمون إلى اليأس (على الرغم من أنهم ربما يفضلون ذلك). مارتن سيليجمان ، مؤلف كتاب التفاؤل المكتسب وعالم النفس الشهير والباحث السريري ، كان يدرس المتفائلين والمتشائمين لأكثر من خمسة وعشرين عامًا. يقول: "التشاؤم لا مفر منه".

ولكن حتى لو رفض تشاؤمك تصديق ذلك ، فحاول إلقاء نظرة على الماضي. في دراسة أجراها آدم جالينسكي وتوماس موسويلر من معهد علم النفس في جامعة فورتسبورغ ، كان المشاركون في التفاوض الذين طُلب منهم "تذكر الوقت الذي شعرت فيه بالهيمنة أو القوة" قبل المفاوضات مباشرة ، يميلون إلى ممارسة تأثير أكبر على الفترة المبكرة مراحل عملية التفاوض ، وحققوا في النهاية نتائج فردية أفضل.

هناك عنصر من عناصر مبدأ "زيفها حتى تصنعها" يلعب هنا.
حتى إذا كنت لا تشعر بإيجابية كبيرة بشأن النتيجة ، فقل نعم على أي حال. يخلق عقلك ارتباطات عميقة بين كلمة "نعم" والإيجابية والتفاؤل والثقة المطلوبة لتكون أكثر تواصلاً مؤثراً. بمجرد قول ذلك ، يتذكر دماغك كل المرات التي قلت فيها نعم في الماضي. عادة ما كانت تحدث أشياء عظيمة. على سبيل المثال ، عندما سجل فريقك المفضل هدفًا ، من المحتمل أنك صرخت ، "نعم!" إذا قدم لك شخص ما حلوى لذيذة بشكل خاص ، فأجبت بنعم. يبدو أن مشاعر الإثارة والإيجابية والتفاؤل والثقة تتبع كلمة "نعم" أينما ذهبت.

يمكنك تعزيز هذا التأثير على عقلك من خلال إشراك جسمك أيضًا.
قل نعم بنبرة صوت واثقة وربما بصوت أعلى قليلاً من المعتاد. ضخ قبضة يدك في الهواء. أومئ برأسك وأنت ترتدي ابتسامة واثقة. صفقوا يديك معًا. أتحداك أن تجربها الآن ولا تشعر بمزيد من الثقة.

اشتهرت أوبرا وينفري باستخدام هذه التقنية. كانت تحدق في الثانية عشرة
سرير بطول قدم من الفحم المحترق 1000درجة ، وطلب منها خبير المساعدة الذاتية أنتوني روبينز أن تمشي عبره حافي القدمين. لم يكن لديها أي منها: "أوه لا! أنت تمزح معي. هذا جنون. تعرف جميع الثدييات أنها تهرب من النار! "

"ما أسوأ ما يمكن أن يحدث؟ احرق قدميك وتموت؟ هيا!"
ما حدث بعد ذلك كان قوياً ، لكنه بسيط للغاية لدرجة أنك قد تفوته.
تأمل كلماته التالية بعناية. هذا هو المتحدث التحفيزي الأكثر شهرة على كوكب الأرض. لديه تقنيات لا حصر لها تحت تصرفه لتحفيز الناس. كيف اختار التأثير على الأرجح على المرأة الوحيدة الأكثر نفوذاً في عصرنا؟

لقد جعلها تحفز نفسها باستخدام هذه التقنية البسيطة. قال: "أنا
أريدك أن تصرخ "نعم!" أريدك أن تفعل ذلك ثلاث مرات ، وأريدك أن تفعل ذلك

عاصفة عبر ."

عند هذه النقطة بدأ الترانيم الإيقاعي. كان المئات من الناس يصفقون بأيديهم ، ويضخون قبضتهم في الهواء ، وهم يهتفون على إيقاع عازف الطبول القبلي ، "نعم! نعم! نعم!" مرارا وتكرارا. أخذت أوبرا نفسا عميقا ، وصرخت "نعم!" أعلى بثلاث مرات وأقوى ما تستطيع ، ثم سار بثقة عبر الجمر المشتعل دون أن يصاب بأذى. أصبح الحشد جامحًا.

لأكون واضحًا ، أنا لا أقول على الإطلاق أن كلمة "نعم" كانت السبب وراء ذلك
لم يحترق. سبب عدم تعرضها للحرق كان له علاقة بالفيزياء البسيطة والموظفين المدربين. لا علاقة له بالكلمات التي تخرج من فمها.

ما قالته كلمة "نعم" هو السماح لأوبرا باستدعاء تلك الارتباطات الإيجابية الواثقة عندما كانت في أمس الحاجة إليها. يتعلق اتخاذ الخطوة الأولى بمستوى الثقة (أو "الحالة" كما يشير إليها روبنز) ، وتضعك كلمة "نعم" بطريقة سحرية وفورية في الحالة المناسبة تمامًا للتجول على الفحم (أو بيع منتج ، أو التفاوض زيادة).

بالإضافة إلى قول نعم لنفسك قبل التفاعل من أجل تعزيز قوة تأثيرك ، هناك وقت محدد يجب أن تقول فيه هذه الكلمة السحرية للأشخاص الذين تأمل في الانتقال إلى العمل.

ابحث عن أول "نعم"

أثناء كل نقاش أو تفاوض أو عرض ترويجي للمبيعات أو مراجعة أداء أو عرض تقديمي للمنصة ، يجب أن تسعى جاهدًا للعثور على "نعم" في وقت مبكر. هناك دائمًا شيء يمكنك أن تقوله نعم. لا تخف من أن تكون من يقول نعم أولاً.

إن قول "نعم" في بداية التفاعل يخفف التوتر ، ويخلق الوئام ، ويفتح العقول.

في بعض الأحيان لا يتعين عليك التعبير عن هذا القبول شفهيًا. في الواقع ، يمكن للغة جسدك أن تقطع شوطًا طويلاً في بداية التفاعل. عندما يصادفك شخص ما لأول مرة ، يقوم دماغه بإجراء تقييم سريع للتهديد. يبحث عن أدلة في محاولة للإجابة على السؤال "هل يمكنني الوثوق بك؟" يجب أن يكون وضعك ، والتواصل البصري ، ومصافحة يديك ، وقدميك ، ونغمتك العامة ، وبقية إشاراتك غير اللفظية كلها تصرخ بالرسالة ، "نعم!"

لذا ابتسم! اتخذ وضعية الجسم المفتوح. واجههم مباشرة وانحن قليلاً إلى الأمام. حافظ على اتصال العين القوي (بدون التحديق). اعكس أفعالهم. لا

أشر إلى أي شخص ، ولا تعقد ذراعيك ، ولا تدع أنفك يرتفع في الهواء. سيساعدك اتباع هذه القواعد البسيطة للغة الجسد على اجتياز أي تقييم للتهديدات بألوان متطايرة. "نعم" التي تقولها بجسدك ستجعل الشخص الآخر يشعر بإحساس فوري بالعلاقة معك.

لمزيد من التدريب المتعمق على لغة الجسد ومقاطع الفيديو ، قم بزيارة MagicWordsBook.com/body.

عظيم "نعم العمل" في العمل

تعمل سالي في صالة ألعاب رياضية وهي على وشك مقابلة العضو المحتمل إريك. كلاهما يعرف أن العضوية في مصلحة إريك ، لكنه يقاوم ذلك. شاهد كيف يستخدم سالي "نعم" ببراعة لمساعدته في التغلب على تردده:

سالي: (مبتسمة وودودة) مرحبًا ، هل أنت إيريك؟
إيريك: نعم.
سالي: عظيم! أنت هنا من أجل موعدك في العاشرة والنصف ، أليس كذلك؟
إيريك: نعم.
سالي: لا أصدق أنها الساعة العاشرة والنصف فقط! الجو حار للغاية بحيث تكون الساعة العاشرة والنصف صباحًا.
إيريك: (ابتسامات وإيماءات.)
سالي: حسنًا ، نحن سعداء لأنك تحدت موجة الحر. ما الذي أتى بك اليوم؟

إيريك: حسنًا ، أعتقد أن الوقت قد حان لاستعادة لياقتي.
سالي: نعم ، لقد أتيت إلى المكان الصحيح!
إيريك: حسنًا ، هذا ما أحاول اكتشافه. حصلت على البعض
خيارات أخرى للنظر فيها.
سالي: لكنك هنا! من الواضح أن هناك سببًا جيدًا لذلك

الذي -التي؟

إيريك: أنت أقرب صالة ألعاب رياضية إلى منزلي.
سالي: نعم ، ولدينا خمسمائة موقع آخر حول العالم أيضًا. من الواضح أن عضوية الصالة الرياضية لا تفيدك إذا لم تذهب أبدًا ، أليس كذلك؟

إيريك: نعم ، لقد سلكت هذا الطريق من قبل.
سالي: لكن بطريقة ما شعرت أن هذا الشعور مختلف تمامًا بالنسبة لك هذه المرة. أخبرك ماذا ، دعني أقدم لك جولة ، وبعد ذلك

سنعود هنا وسأريكم بعض الأرقام.
إيريك: حسنًا ، يبدو جيدًا.

إريك يريد أن يستعيد لياقته ، والآن لديه أفضل فرصة لذلك في الواقع
يحدث بفضل مهارات الاتصال الممتازة لسالي. دعونا نحلل هذا ونرى بالضبط لماذا قالت سالي الأشياء التي قالتها.

"نعم قليلا"

لم ترتكب سالي خطأ الذهاب إلى "نعم" الكبيرة أولاً. بدلاً من ذلك ، ذهبت إلى "نعم الصغيرة".

ستلاحظ أن سالي بدت وكأنها تضيع الوقت في بداية حديثها مع إريك بقليل من الحديث الصغير الواضح. كان هذا الحديث الصغير في الواقع مقصودًا للغاية وساحر بشكل مدهش.

كشفت دراسة أجريت على مجموعة من مندوبي المبيعات عن قوة الحصول على "نعم صغيرة".
نظرت الدراسة في ما إذا كان جعل شخص ما يقول نعم أثناء المحادثة سيؤثر على نتيجة تلك المحادثة أم لا.

أولاً ، ذهب مندوبو المبيعات لأداء أعمالهم كالمعتاد. كانوا قادرين على إغلاق 18في المئة من المبيعات -ليس سيئا. ومع ذلك ، عندما طُلب منهم الحصول على ما لا يقل عن ثلاث "نعم صغيرة" في وقت مبكر من المحادثة ، تمكنوا فجأة من إغلاق 32بالمائة من المبيعات. تبدو وكأنها كلمة سحرية بالنسبة لي.

إذن ما هو بالضبط هذا الغموض القوي "نعم قليلا"؟ بكل بساطة ، إنه
في أي وقت يقول لك أحدهم نعم -في أي وقت. لا يهم مدى صغر الاتفاقية ، طالما أنهم يتفقون معك. إذا نظرت إلى الوراء ، فسترى كل "الإيجابيات الصغيرة" في محادثة سالي وإريك.

الأول كان ردًا إيجابيًا على سؤال "هل أنت إيريك؟" حتى هذا واحد مهم! تواصل سالي ، "أنت هنا لموعدك العاشرة والنصف؟"
"نعم."
هذا اثنان! "نعم" ليست بالضبط "نعم" ، لكنها بالتأكيد على نفس النطاق. احسبها. وبالمثل ، عندما يومئ برأسه لتعليقها حول الطقس ، فهذه استجابة إيجابية أخرى يمكننا اعتبارها "نعم قليلاً". هل يمكن للتعليق على الطقس أن يساعد سالي حقًا في جعل إريك ينضم إلى صالة الألعاب الرياضية الخاصة بها؟ يمكنه ذلك ، إذا كان يوجه إريك نحو "نعم قليلاً".

خمس طرق أخرى لانتخاب "نعم قليلاً"

أشر الي سؤال

سترى أن سالي بارعة في سؤال الوسم ، أليس كذلك؟ اعتاد الناس على الموافقة على وضع علامات على الأسئلة. إذا وضع أحد الأشخاص علامة على سؤال مثل "أليس كذلك؟" أو "أليس كذلك؟" في نهاية البيان ، من الصعب جدًا الاختلاف معهم. سؤالي الشخصي المفضل هو الكلمة السحرية نفسها.

يمكنك أن ترى نفسك تستخدم علامات الأسئلة في محادثاتك اليوم ، أليس كذلك؟
سترى بعض الأمثلة أعلاه في محادثة سالي وإريك ، لكن ماذا
لن ترى كيف تقدم سالي أسئلة العلامات. إنها مكتوبة بعلامات استفهام ، لكنها تُلقى على هيئة بيانات. لديها نبرة صوت واثقة وموثوقة -وهذا مهم جدًا -لا يوجد انعكاس صوتي صاعد لأنها تتحدثهم.

الاختلاف في سؤال العلامة هو السؤال السلبي. إن صياغة السؤال بهذه الطريقة -"ألا يرغب الجميع في الحصول على شكل جيد؟" -من المرجح أن تحصل على إجابة إيجابية من الصياغة الإيجابية ، "هل يرغب الجميع في الحصول على الشكل؟"

كل من الأسئلة ذات العلامات والأسئلة السلبية تكون أكثر فاعلية عند تسليمها كبيانات. أضف بعضًا إلى محادثاتك وشاهد بدء تدفق النعم الصغيرة.

يكذب

لا يوجد شيء غير أمين في .LY-ingعلى العكس تمامًا ، تتطلب LY-ingحقائق واضحة صارخة. يبدأ LY-ersالجمل بكلمات مثل "بشكل واضح" أو "واضح" أو "طبيعي". بعض الكلمات (التي غالبًا ما تنتهي بكلمة ("ly"لها اتفاق مضمّن وطبيعي. من الذي سيختلف مع شيء واضح؟ لن يفعل الكثير من الناس ، ويجب مراقبة أولئك الذين يفعلون ذلك بعناية شديدة. جمعت سالي قليلاً من LY-ingمع سؤال ذي علامة وعملت مثل الحلم ("من الواضح أن عضوية صالة الألعاب الرياضية لا تفيدك إذا لم تذهب أبدًا ، أليس كذلك؟"). الطباشير فوق نعم قليلا آخر.

التراجع

التراجع ليس مجرد وسيلة للحصول على نعم أخرى ، بل هو أيضًا استماع جيد

مهارة. إذا احتاجت سالي إلى مزيد من نعم ، كان بإمكانها أن تجرّب سؤالاً رجعيًا مثل "قلت إنك سلكت هذا الطريق من قبل؟" لا يستطيع إريك فعل أي شيء سوى إعطاء القليل من نعم ، لأنه قال للتو إنه ذهب إلى هذا الطريق من قبل. لا يحب العقل البشري الاختلاف مع نفسه.

أحد الأخطاء التي يرتكبها الكثير من الناس مع التراجع هو أنهم يخلطون بينه وبين التوضيح. يحدث التوضيح عندما تضع أقوال شخص ما في كلماتك الخاصة. عادة ، سوف توضح ذلك لأنه ليس لديك فكرة عما يحاول الشخص الآخر قوله. لذلك ، من أجل فهم أفضل ، أوضحت. أنت تعيد صياغة أفكارهم بكلماتك الخاصة وتكررها مرة أخرى ، وعادةً ما يسبقها سؤال مثل "هل تقول ذلك. . . ؟ "أو متبوعًا بـ . . ."هل هذا صحيح؟"

لا تريد أبدًا إعادة الصياغة أثناء التراجع. لا تعبث بهم
كلمات. قل بالضبط ما قالوه لك. لا تعيد صياغة "عبارة ببغاء". السر هو استخدام كلماتهم بالضبط دون أن تبدو وكأنك تسخر منهم.

تخيل لو كانت سالي قد أعادت صياغة جملة إريك وحولتها إلى: "أوه ، لقد فشلت من قبل؟"

لم يقل إيريك أي شيء عن الفشل ، وعلى الرغم من أن "هذا الطريق" يعني
"الفشل" بالنسبة لسالي ، قد يعني شيئًا مختلفًا تمامًا عن إريك.
من غير المرجح أن تحصل إعادة الصياغة هنا على القليل من الموافقة التي تسعى إليها سالي. في الواقع ، قد يوقعها ذلك في مشكلة.

Noddables

يمكن لبعض العبارات أن تجعل أي شخص يوافق على الموافقة. أسميهم "noddables": "من الأفضل أن تكون آمنًا من أن تكون آسف". "عصفور في اليد خير من عشرة على الشجرة." "من الأفضل أن تعطي من أن تأخذ."

من المؤكد أنها تبدو مبتذلة. بالتأكيد ، لقد سمعهم الجميع ألف مرة. هذا
النقطة. إنها أجزاء من الحكمة متأصلة في جزء عميق من اللاوعي الجماعي لدينا ، وكلما سمعناها ، نتفق معها. إنها مثل تلك الأغنية التي تسمعها في الراديو ست مرات في اليوم. ربما لم تعجبك في البداية ، لكنها نمت عليك. كلما سمعنا شيئًا ما ، زاد إعجابنا به. لهذا السبب غالبًا ما تؤدي العبارات المبتذلة القديمة إلى الاتفاق. نحن نعرف ما نحب ، ونحب ما نعرفه.

إليك شيئًا مثيرًا للاهتمام: إذا كنت تومئ برأسك أثناء إيماء رأسك ، فمن المرجح أن يهز الشخص الذي تتحدث إليه إيماءة

أنفسهم. لوحظ هذا "القرد يرى ، القرد يفعل التأثير" لفترة طويلة. تؤكد الاكتشافات الحديثة في علم الأعصاب أن أدمغتنا مصممة للتجربة المشتركة. حتى أن هناك نوعًا خاصًا من الخلايا العصبية ، يسمى "الخلايا العصبية المرآتية" ، والذي يلعب دورًا أساسيًا في توليد هذا الإكراه المحاكي الذي من المحتمل أنك اختبرته بنفسك. هذا هو السبب في أن التثاؤب غالبًا ما يكون معديًا. في الواقع ، مجرد قراءة كلمة "تثاؤب" قد يستدعي صورة ذهنية لشخص يتثاءب.

ربما يكون تثاؤب هذا الشخص الخيالي كبيرًا وواسعًا ، ولن أتفاجأ إذا جعلك تتثاءب في وقت ما في الثواني العشر القادمة. انطلق ، حاول وقاتلها.

بيانات بارنوم

يشتهر الوسطاء الاحتياليون باستخدامهم لتصريحات بارنوم. سميت على اسم بي تي بارنوم (الرجل "هناك طفل يولد كل دقيقة") ، وهي عبارات عامة جدًا ولا يمكن لأحد أن يختلف معها:

في بعض الأحيان تكون منعزلًا وهادئًا ، بينما في أوقات أخرى تكون منفتحًا وأنيقًا.

بيان بارنوم هذا هو تعميم صحيح للجميع. ما يزال غريبًا ، فهو يجعل المستمع يشعر وكأن المتحدث يتحدث عنه على وجه التحديد.
يمكن لأي شخص ماهر في إلقاء تصريحات Barnum أن يجعل الناس يشعرون أنهم يعرفونهم على مستوى عميق. هذا هو السبب في أنها تقنية مفضلة للوسطاء الاحتياليين.

أما بالنسبة لك ، فمن المحتمل أنك لن تعطي قراءات نفسية. بدلاً من ذلك ، ستلاحق القليل من النعم. عبارات بارنوم مثل المجاملات. يجب عليك فقط تسليمها بطريقة حقيقية وصادقة. لنفترض أنك تناقش دراسة حالة مع عميل محتمل.
إليك كيف يمكنك أن تسقط في بيان Barnum الصادق:

الآن ، كان هذا الرجل خجولاً إلى حد ما. في الواقع ، هذا ليس صحيحًا. كان مثلنا جميعًا. أنا متأكد من أنك في بعض الأحيان تكون منغلقًا وهادئًا ، بينما في أوقات أخرى تكون منفتحًا وأنيقًا.

للحصول على قائمة بأهم اثني عشر بيانًا متفقًا عليها مع بارنوم ، قم بزيارة

MagicWordsBook.com/barnum.html.

مطابقة "نعم"

الرد على كل عبارة إيجابية بـ "نعم" هي تقنية قوية بشكل لا يصدق عثرت عليها قبل سنوات أثناء قراءة رسالة إخبارية قديمة عن التنويم المغناطيسي الطبي. إنه مصمم لبناء علاقة وخلق المزيد من زخم "نعم". لا تغفل قوتها لمجرد أنها بسيطة للغاية. جربها في المرة القادمة التي تجد فيها نفسك تريد أن تكون مقنعًا.

في نموذج الحوار الخاص بنا ، في كل مرة قال فيها إريك شيئًا إيجابيًا ، بدأت سالي ردها بـ "نعم" أو "نعم ، و". (أبدًا بـ "نعم ، لكن.")
أيضًا ، في كل مرة قال فيها إريك شيئًا سلبيًا ، بدأت سالي ردها بـ "لكن". (ابحث عن المزيد حول كلمة "لكن" في الفصل التالي).

الاختفاء السلبيون -ما هو إيريك لا تسمع من سالي

لم تذكر سالي أي صالات رياضية أخرى ، ولم تحط من قدر أي شخص -وهي استراتيجية حكيمة. بدلاً من محاولة إقناع إريك برفض منافستها ، ركزت سالي على جعله يقول "نعم" لشركتها. إذا لم تفعل ذلك ، فستقع ضحية "اختفاء السلبيات".

الدماغ العاطفي لا يتعامل مع الكلمات السلبية بشكل جيد. يكاد يكون من المؤكد أن "لا" أو "لا" ستختفي من عقلك الباطن ، مما يؤدي إلى رد فعلك عكس النية الأصلية تمامًا. إليك تجربة صغيرة يمكنك إجراؤها الآن لتجربة هذا التأثير بشكل مباشر:

لا تفكر في كلمة "وحيد القرن" للثواني العشر القادمة.

كيف عملت؟ إنه صعب للغاية ، أليس كذلك؟ كلما حاولت دفعه للخارج ، كلما عاد إلى صدارة ذهنك. هذا بسبب الاختفاء السلبي "لا تفعل". يبدو الأمر كما لو أن دماغك قد سمع فقط "فكر في كلمة" وحيد القرن "للثواني العشر القادمة.

فيما يلي بعض الأمثلة الواقعية عن اختفاء تأثير السلبيات:

- يأتي طيار في الخطوط الجوية على مكبر الصوت ويقول ، "سيداتي وسادتي ، قبطانكم يتحدث. أريد فقط أن أخبرك أنه لا يوجد سبب للقلق على الإطلاق. -"كيف تشعر؟

- زوجتك تعود إلى المنزل بعد أسبوع من الابتعاد ، وأول شيء يقوله هو ، "عزيزتي ، أنا لم أخونك!" -ما الذي تفكر فيه؟
- يقول رئيسك في العمل ، "انطلق إلى مكتبي في نهاية اليوم. لا تقلق ، أنت لست في مشكلة. -"كيف تتفاعل عواطفك؟
- تدخل إلى غرفة طفلك الدارج وتقول على الفور ، "ليس لدي أي شيء." -حسنًا ، عزيزتي ، سلمي الحلوى.

- اتصل طبيبك وقال ، "أريد إجراء بعض الاختبارات. ليست هناك حاجة لأن تكون متوترًا. -"نعم ، صحيح.

في كل مثال ، كان لدى المتحدث أفضل النوايا. ومع ذلك ، كان لاتصالاتهم تأثير معاكس تمامًا لما كانوا يأملونه على الأرجح. لماذا يحدث هذا؟

من أجل فهم جملة مثل "لا تتعاطى المخدرات" ، على سبيل المثال ، يجب على الطفل أن يفكر في معنى تعاطي المخدرات. تمامًا مثلما كان عليك التفكير في كلمة "وحيد القرن" لفهم جملتي ، يجب على الطفل أيضًا أن يتخيل نفسه أو نفسها وهو يتعاطى المخدرات حتى يعرف بالضبط ما يجب تجنبه.

لسوء الحظ ، كما ستتعلم من فصل "إذا" ، عندما يتخيل الناس أنفسهم يتخذون إجراءً ما ، يصبحون أكثر احتمالاً لاتخاذ هذا الإجراء في الحياة الواقعية أيضًا.

الأشخاص الوحيدون الذين نجحوا في تجنب كل أفكار "وحيد القرن" هم الأشخاص الذين لا يحاولون تجنبها على الإطلاق. بدلاً من ذلك ، استبدلوها بفكرة مختلفة. يعطون عقولهم شيئًا آخر ليقولوا نعم له.

الوجبات الجاهزة بسيطة. توقف عن إخبار الأشخاص بما عليهم "قول لا فقط" ، وابدأ في إخبارهم بما "قل نعم فقط".

هل ستحتاج من أي وقت مضى إلى "نعم" أكثر قوة؟ إطلاقا.

"أنا فنانة في طريقي إلى الحفلة."
عادة ما تثير هذه العبارة إعجاب الناس ويبدأون في طرح جميع أنواع الأسئلة. "أي نوع من الفنانين أنت؟" "هل تعمل هذا بدوام كامل؟" و "هل يمكنك أن تريني شيئًا ما؟" كلها شائعة جدًا. ومع ذلك ، لم يكن أحد

سألتني يومًا ما الذي كان هذا الرجل الذي يرتدي الزي الرسمي على وشك أن يسألني.

"هل يمكنني رؤية تأشيرة العمل الخاصة بك؟"

كانت المرة الأولى التي أسافر فيها دوليًا لحضور عرض ، وهذا الأمان

الضابط أراد أن يعرف لماذا كنت أحاول الدخول إلى بلده.

"ماذا تقصد؟" لم يكن لدي أي فكرة حقًا عما كان يتحدث عنه.

"في الأساس ، تمنع تأشيرة العمل الأجانب من القدوم إلى بلدنا وسحب الوظائف التي يمكن أن يقوم بها مواطنونا."

"أوه ، لدي أخبار جيدة ، إذن. أنا لا أستغني عن أي وظائف ، لأنه لا يوجد أحد في العالم يمكنه فعل ما أفعله ."

أخذ خطوة إلى الوراء ونظر إلي بشدة. "هل هذا صحيح؟"

"قطعاً."

تغير سلوكه ، وتبع ذلك محادثة مرحة ، ثم ختم جواز سفري.

أحيانًا تحصل على فرصة واحدة فقط لجعل شخص ما يؤمن بك. أنا في الحقيقه أنا الشخص الوحيد في العالم الذي يمكنه القيام بعملي -لكن لا يكفي أن أؤمن بذلك. في تلك اللحظة ، كنت بحاجة إليه ليصدق ذلك أيضًا. وزعتي تعتمد على ذلك.

ولهذا السبب وضع راي جوتيريز "تمامًا" على رأس قائمته "أفضل 25كلمة قوية". يكتب: "بالتأكيد" هي واحدة من أفضل الكلمات في اللغة الإنجليزية. يجيب على الأسئلة بالتأكيد. ينتهي الشك. يمنحك الثقة كحل للمشكلات. إنه يزيل القلق والشك والتخوف ."باختصار ، إنها "نعم" على المنشطات.

"نعم الناس" ، "لا يوجد أشخاص" وأنت

عندما يكتشف الناس قوة "نعم" ، فإنهم غالبًا ما يبدأون بسرعة في إساءة استخدام سلطتها. "نعم" يمكن أن تجعلك مشهورًا مع الآخرين. "نعم" يمكن أن تمنع المواقف الاجتماعية المحرجة. "نعم" يمكن أن ترضي الرئيس.

ومع ذلك ، يصل بعض الأشخاص إلى نقطة حيث يبدأون في قول نعم دون تفكير. يقولون نعم بدافع العادة ، وفكرة قول لا لهم تستحق الاحترام. غالبًا ما نشير إلى هؤلاء الأشخاص بعبارة "نعم الأشخاص" أو "المُرضون" أو "عوامل التمكين" في الحالات القصوى. المكافآت التي يحصلون عليها مقابل قولهم نعم هي أشياء مثل القبول وعدم وجود نزاع. إنه الزوج الذي يتفق معك حتى عندما لا يفعلون ذلك.

إنه الموظف الذي يقبل توجيهاتك حتى عندما لا يتمكن من إدارة عبء العمل. إنه المبتذل الذي يريد فقط أن يكون صديقك.

عند إساءة استخدام "نعم" ، يمكن أن يؤدي ذلك إلى عدم الاحترام وعدم القدرة على تجربة علاقات عميقة وذات مغزى وفقدان النزاهة. هناك كلمة رائعة لأشخاص مثل هذا:

milque · toast [milk-tohst] noun(أحيانًا حرف كبير في البداية): شخص خجول جدًا ، غير حازم ، ضعيف الشجاعة ، خاصة الشخص الذي يمكن السيطرة عليه بسهولة أو ترهيبه: ميلكويتاست الذي يخشى طلب زيادة

أوتش.

الوجه الآخر لهذه العملة هو ما نطلق عليه "لا أحد". هذا هو الرجل الدنيء الذي يحب أن يخبرك بكل أسباب عدم نجاح أفكارك. سلبيتهم تحوم فوقهم مثل الضباب ، مما يطمس منظورهم للعالم من حولهم. إنه الوالد الذي يستحيل إرضاءه ، أو زميل العمل المفرط في التشاؤم ، أو الرئيس المقاوم للتغيير الذي علق في طرقه على الرغم من كل الأدلة التي تثبت أن طرقه لم تعد مجدية.

لا يمكننا أن نلومهم. هناك مكافآت لكونك "بلا شخص" تمامًا كما توجد مكافآت لكونك "شخصًا نعم". أولاً وقبل كل شيء على قائمة المكافآت هذه هي السلامة.

لدينا غريزة البقاء القديمة التي يقول الدكتور توم ميلر "يريد أن يبقيك كما أنت الآن ، كل يوم ، لبقية حياتك ، حتى تموت." الطريقة التي يراها عقلك -جيدة جدًا حتى الآن! أنت تتنفس وقلبك ينبض. دعونا نستمر في ذلك لأطول فترة ممكنة. أي شيء جديد هو تهديد محتمل لهذا الوضع الراهن. لذلك ، نقول لا للأشياء.

هذا هو المكان الذي يأتي منه خوفنا من التغيير. هذا هو السبب في أنه عندما يأتي أي شيء جديد ، فإن رد الفعل الطبيعي لدى معظم الناس هو قول لا. نحن نقاوم. نحن خائفون.
نحن نحكم. بالنسبة لعقلك ، فإن قول "لا" للأشياء أو الأفكار أو الأشخاص يكون دائمًا أكثر أمانًا من قول "نعم". "لا" هي حماية من مستقبل مجهول.

وماذا عنك؟

في مقالة غلاف رائعة لعام 2013لـ Psychology Today ، تقترح الدكتورة جوديث سيلز أننا بحاجة إلى تحريك ذراعنا الشخصي "نعم شخص / لا شخص" أقرب إلى الوسط:

هناك الكثير من الكلام ، والكثير مما يمكن قوله ، عن قوة نعم.
نعم يدعم المجازفة والشجاعة ونهج منفتح القلب في الحياة لا يمكن التقليل من نعمته. لكن لا ، نادرًا ما يتم الاحتفاء به -وهو عبارة عن صاج معدني يغلق النافذة بين نفسه وتأثير الآخرين.

قالها المهاتما غاندي بهذه الطريقة: "لا" نطق بها من أعمق قناعة أفضل من "نعم" التي تُلفظ لمجرد إرضاء أو أسوأ لتجنب المتاعب ."

يقترح سيلز أن نوع "لا" الذي نبحث عنه ليس "الموقف المستمر [الذي] يعبر عن نفسه في نزعة الكمال. . . . إنها لحظة اختيار واضح ."

عندما يجب أن تقول لا

مع كل قوة "نعم" ، هناك أوقات يجب عليك فيها ببساطة أن تقول لا.

عندما تتعرض نزاهتك للخطر

إذا كان هناك شيء ما يخالف أخلاقك ، فعليك أن تقول لا. عندما تقول نعم لكل شيء من أجل إرضاء الآخرين بغض النظر عن التكلفة الشخصية ، ينتهي بك الأمر إلى إضعاف الصفات التي تجعلك أنت. قبول الآخرين ببساطة لا يستحق ثقل ارتداء القناع.

كما قال كورت كوبين ذات مرة ، "أفضل أن أكون مكروهًا لما أنا عليه من محبوبتي لما أنا لست عليه."

عندما يمتلئ طبقك

أكبر شكوى حول العمل مع "نعم الناس" هي أنهم يميلون إلى التخلف في عملهم. يوافقون على كل ما يطلب منهم وينتهي بهم الأمر إلى أن يكونوا مشغولين جدًا للقيام بأي منها بشكل فعال. إذا كنت ملتزمًا في مكان آخر ، فقل ذلك.

عندما تتعرض للاستغلال أو الإساءة

يمكن للسلبيات والغش اكتشاف "نعم الشخص" على بعد ميل واحد. إذا أعطيت هذه الأجواء ، فسوف تنجذب إليك كما تنجذب أسماك القرش إلى الدم في الماء. في هذه الحالة ، يتضاءل ألم الاضطرار إلى رفض إنسان آخر مقارنة بالألم الذي يمكن أن يسببه لك على المدى الطويل.

ينصح سيلز ، "إذا شعرت أنك لا تستطيع الرفض ، على الأقل لبعض الأشياء ، وبعضها الوقت ، فأنت لست محبوبًا -يتم التحكم فيك. "

عندما يكون لديك الدافع

علامة النضج هي الانضباط الذاتي. هل لديك القدرة على أن تقول لا لشريحة إضافية من الكعكة أو سيجارة ، أم أنك عبيد لدوافعك؟

كيف تقول لا

لسوء الحظ ، "لا" تؤذي أكثر بكثير من "نعم" تساعد.
جميع أدمغة البشر مرتبطة بما وصفه الدكتور روي ف. هذا هو السبب في أن ردود الفعل السلبية على الوظائف لها دائمًا تأثير أكثر عمقًا من التعليقات الإيجابية التي تلقيتها خلال نفس المراجعة. هذا هو السبب في أن الدراسات أظهرت أننا نتأذى أكثر من خلال خسارة 5000دولار مما يسعدنا بفوزنا بـ 5000دولار. كنوع ، نحن مضطرون إلى تجنب الألم أكثر من البحث عن المتعة.

يدعي بعض علماء النفس الاجتماعي أن الأمر يتطلب ما يصل إلى سبع رواسب إيجابية في حساب مصرفي عاطفي لشخص ما لموازنة سحب سلبي واحد فقط. "لا" غالي الثمن.

مع العلم أن هناك أوقاتًا يجب فيها قول "لا" ، فإن مهمتك هي التسليم الرسالة وفي نفس الوقت تقليل التكلفة. إليك الطريقة.

امنح نفسك الوقت

المؤشر الرئيسي لـ "نعم للناس" و "لا يوجد أشخاص" هو أنهم يستجيبون للطلبات بشكل متهور واعتيادي. بدلاً من ذلك ، امنح نفسك وقتًا بسيطًا "سأفكر في الأمر". هذا يدل على أنه لا يمكنك أن تتأثر بمشاعر اللحظة ، فإنه يخفف من "لا" في نهاية المطاف ، ويضعك في مقعد السائق.

كوالد ، كان هذا صعبًا بالنسبة لي. بسرعة كبيرة ، رد فعلي على ركبتي على الجميع

من طلبات أطفالي أصبحت "لا!" ثم لاحقًا ، عندما فكرت في الأمور ، غيرت رأيي إلى "نعم". لقد قضى هذا على مصداقية "لا" في البداية.
كان عبارة "سأفكر في الأمر" (والعبارة العرضية "يجب أن أسأل والدتك") قوية بشكل لا يصدق في مساعدة "لا" على أن تكون "لا" و "نعم" أن تكون "نعم".

ساندويتش نعم

عندما يجب إرسال "لا" ، من المفيد أن تكون محصورًا بين "نعم". قد يطلب الطالب من المعلم تمديد مهمة. إليك كيفية استخدام المعلم لـ "نعم ساندويتش": "أستطيع أن أرى أن درجتك مهمة بالنسبة لك. لسوء الحظ ، لا يمكنني منحك

الامتداد ، ولكن يمكنني منحك رصيدًا جزئيًا مقابل العمل الذي أنجزته حتى هذه المرحلة ."

"أستطيع أن أرى أن درجتك مهمة بالنسبة لك" تبدأ من مكان
اتفاق. يعتبر أول "نعم". من الواضح أن عبارة "لا يمكنني منحك التمديد" هي "لا". "ولكن يمكنني أن أمنحك رصيدًا جزئيًا" هي عبارة "نعم" النهائية.
الصيغة بسيطة: شيء إيجابي -شيء سلبي -شيء إيجابي.

من الناحية الفكرية ، سوف يتلقون رسالة "لا" ، لكنها لن تؤذيهم نفسياً.

أعط سببًا أو سببين

"لما لا؟" عادة ما يكون السؤال التالي بعد أن أقول لا لأولادي. عندما نواجه الرفض نريد أن نعرف السبب. إنها الطبيعة البشرية. عندما نعطي شخصًا سببًا أو سببين لسبب رفضنا له ، يمكن أن يطمئنوا إلى أنه ليس شيئًا شخصيًا وأنه ليس قرارًا متسرعًا ومندفعًا. كان هناك بعض التفكير في ذلك.

الأسباب التي تتضمن أشخاصًا آخرين تجعلك تبدو أقل أنانية لقولك لا.
إن الرد على طلب مساعدة شخص ما على التحرك بقول "لا ، أنا أفضل حقًا لا" هو رفض حقيقي وواثق يمكن أن يُنظر إليه بسهولة على أنه أناني وقح تمامًا. قارنها بـ: "لسوء الحظ ، لا يمكنني ذلك لأن ابني لديه لعبة بيسبول ضخمة وإذا فاتني أي منها ، فسيتم سحقه." الآن ، بدلًا من الفظاظة ، أنت أب محب. الإدراك هو كل شيء.

تغيير لغتك

كما تعلمنا ، "لا" كلمة قوية تمامًا. حاول ببساطة استبدالها بعبارات ملطفة مثل ، "سأضطر إلى الرفض" ، "أحب ذلك ، لكن لا يمكنني ذلك"
"أنا آسف لأنني لن أكون قادرًا على الالتزام بذلك" ، أو "لست مرتاحًا للمضي قدمًا في هذا الأمر."

نأمل أن تساعدك هذه الإستراتيجيات على "لا" كثيرًا
... حبوب منع الحمل أسهل للناس لابتلاعها. وبالنسبة لتلك "اللاءات" غير الضرورية

أفضل الأشياء في الحياة تحدث بعد ذلك
أنت تقول نعم"

يقول السير ريتشارد برانسون ، "الحياة أكثر متعة إذا قلت نعم بدلاً من لا." تسعى Googleجاهدة للحفاظ على "ثقافة نعم" في صفوفها.
هل حبهم لـ "نعم" ونجاحهم الضخم صدفة؟ كتب كيث جونستون ، مؤلف كتاب Impro : "هناك أشخاص يفضلون قول" نعم ،"وهناك أشخاص يفضلون قول" لا ."أولئك الذين يقولون "نعم" يكافئون بالمغامرات التي يخوضونها ، والذين يقولون "لا" يكافئون بالأمان الذي يحصلون عليه ."هل من الممكن أن يفيدك قول الكلمة السحرية "نعم" كثيرًا كما يفيدك أولئك الذين يسمعونك تقولها؟ هل من الممكن أن يكون هناك عالم مليء بالفرص والمغامرات لن يتأثر به أولئك الذين يكون إعدادهم الافتراضي التلقائي هو "لا"؟

كما تبين . . . نعم.
فقط اسأل زوجتي.

لمحة سريعة "نعم"

- لقد ثبت أن كلمة "نعم" ، التي تم التحدث بها إلى نفسك كرد على سؤال نتيجة إيجابية ، تزيد على الفور من قدرتك على التأثير على من حولك.
- كلمة "نعم" سحرية لأنها توصل القبول -وهو ما حدده علماء النفس منذ فترة طويلة على أنه حاجة إنسانية عميقة وحاسمة لجميع العلاقات.
- بغض النظر عن مدى كون الشخص غير مرغوب فيه ، هناك دائمًا شيء يمكنك الاتفاق عليه. كن على استعداد لإيجاد "نعم" أولاً واستخدمها كنقطة بداية.

- إن جعل الشخص يقول ما لا يقل عن ثلاث "نعم صغيرة" في وقت مبكر من المحادثة يزيد من احتمالية أن يكون لديك تأثير إيجابي على نتيجة تلك المحادثة.

- عزز تصريحاتهم المقبولة من خلال اتباعها بـ "نعم و. . . "

- تجنب استخدام اختفاء السلبيات.
- هناك بعض الأدلة التي تشير إلى أن الكلمات ذات الصلة ، مثل "مطلقًا" ، لها تأثير إيجابي مماثل.

- لا تسيء استخدام قوة "نعم" بأن تصبح "نعم". هناك أوقات يكون فيها من المناسب ، بل من الضروري ، قول لا.
- الأشخاص الذين يقولون نعم يكافئون بمزيد من المغامرة. الأشخاص الذين يقولون لا يكافئون بمزيد من الأمان.

"لكن"

في حين أن بعض الكلمات السحرية الأخرى في هذا الكتاب قد يكون لها تأثيرات متعددة على أدمغة أولئك الذين يسمعونها ويتحدثونها ، فإن كلمة "لكن" لها قوة عظمى واحدة فقط. لكنها فكرة جيدة. اسميها
. . .

التأثير ولكن

لقد عرف البشر منذ زمن طويل أنه في أي جملة ، فإن أي شيء يأتي بعد كلمة "لكن" هو أكثر أهمية بكثير من أي شيء يأتي من قبل. هذا هو السبب في أننا محو ذهنيًا كل شيء نسمعه قبل كلمة "لكن" ونوجه انتباهنا باهتمام إلى ما يأتي بعده. ألقِ نظرة على تأثير لكن في العمل:

"أحب أن أخرج معك ، لكن لا يمكنني ذلك."

"إنها فكرة رائعة ، لكن لا يمكنني الاستثمار فيها الآن."

"أنت مثالي لهذا المنصب ، لكن كان علينا الذهاب مع شخص آخر."

"عزيزتي ، أنا أحبك ، لكن عليك أن تتوقف عن فعل ذلك."

"عمل رائع في المشروع الأسبوع الماضي ، ولكن هناك مجال واحد يمكنك تحسينه في المرة القادمة."

هناك نصفان لـ But Effect: The But Eraser وThe But Enhancer. أنا

لا تهتم بما يبدو عليه الأمر ؛ هذه ليست منتجات إعلامية في وقت متأخر من الليل.
بالنسبة للمستمع ، كل ما يقال قبل كلمة "لكن" يتم محوه ، وكل شيء بعد كلمة "لكن" يتم تحسينه. خاصةً إذا كان ما يلي "لكن" هو العكس تمامًا لما سبق "لكن". في أغلب الأحيان ، يتم استخدام هذه القوة بتهور ، ويحدث ضرر أكثر من النفع. دعنا نستمع إلى تيد وسارة.

سارة: كما تعلم ، تيد ، أنا فقط أحب نبات إبرة الراعي.
TED: نعم ، نبات إبرة الراعي لطيف.

حتى الان جيدة جدا! لقد وجد أرضية مشتركة وألقى كلمة "نعم" السحرية تمامًا. ثم إنه يرتكب خطأ مبتدئًا ويفجره تمامًا. . . .

TED: لكن الأقحوان كانت دائمًا المفضلة لدي.

"ولكن حتى لم يحدث قط. لماذا كل هذا العمل الشاق إذا كنت ستدمره بعد ثانيتين؟ تصبح سارة ضحية أخرى لشخص
!ا . . . قال: "لكن" ؟! بشكل جاد! كان الكلمة السحرية "نعم"
لا يعرف كيفية استخدام .But Eraser

إليك مثال آخر على "لكن الممحاة" سارية المفعول. لقد تم استدعائك للتو إلى مكتب الرئيس ، وليس لديك أي فكرة عن السبب. الساعة 4:30 بعد ظهر يوم الجمعة. عندما تفتح الباب ، أنت مدعو للدخول و "من فضلك أغلق الباب خلفك واجلس."

عذرًا.

يبدأ الرئيس بإعطائك كل أنواع الثناء. ومع ذلك ، لا يمكنك سماع أي منها لأنك تنتظر "لكن". أنت تعلم أنه قادم. إنها مجرد مسألة وقت.

فجأة توقف الثناء. تتغير لغة الجسد. التوقف ينمو فقط
. قليلا طويل جدا. وبعد ذلك ، يسقط الحذاء الآخر. .
"ولكن . . . "

فقاعة! الأمر أشبه بقنبلة انفجرت ودمرت كل ثناء جاء قبلها. لقد استعدت لذلك ، لكنه لا يغير مدى الألم الذي تشعر به. أنت تعرف الآن سبب اختيارها الساعة 4:30 يوم الجمعة لإجراء هذه المحادثة.

كل يوم ، يأخذ الناس كلمة سحرية جيدة تمامًا ويستغلون قوتها.
كيف يمكننا إصلاح هذا؟ بكل بساطة ، هناك طريقتان. أولاً ، عن طريق وضع الجزء الذي تريد أن يتذكره الأشخاص بعد "لكن" ، وثانيًا ، باستخدام الكلمة

"لكن" لمحو المشاعر السيئة من العقل الباطن للناس.
كان يمكن أن يقول تيد ، "الأقحوان كانت دائمًا المفضلة لدي ، لكن إبرة الراعي لطيفة." من خلال تغيير ترتيب الكلمات فقط وليس الكلمات نفسها ، قام تيد بتغيير معنى الجملة. ليس المعنى الحرفي بالطبع. هاتان الجملتان تعنيان تقنيًا نفس الشيء بالضبط.

ما غيّره تيد هو المعنى العاطفي -وهو بالطبع كل شيء.
إذا لم تتمكن من تغيير ترتيب الجملة ، فلا يزال بإمكانك حذف "لكن التأثير" ببساطة عن طريق إزالة كلمة "لكن" واستبدالها بكلمة "و".
دعونا نجرب تيد هذا.

TED: نعم ، نبات إبرة الراعي جميل وكان الأقحوان دائمًا المفضل لدي.

مرة أخرى ، لا يتغير المعنى الحرفي للجملة. لن ترغب في ذلك. هناك أوقات يتعين على المدير أن يسلم فيها أخبارًا سيئة ، أو عندما يجب أن تعبر عن رأي مختلف عن رأي شخص آخر.

ومع ذلك ، ليست هناك حاجة لجعل الناس يشعرون بمشاعر سلبية أثناء قيامك بذلك.
من الممكن الاختلاف بشكل مقبول.
يتم تعليم معظم الناس تجنب كلمة "لكن" دائمًا أو استبدالها دائمًا بكلمة "و." في حين أنه من المناسب إزالة "لكن" في مواقف مثل الحالة المذكورة أعلاه ، إلا أن هناك ظروفًا أخرى يكون فيها "لكن" هو أفضل شيء يمكنك قوله على الإطلاق. وهي تحدث في كثير من الأحيان أكثر مما تعتقد. في هذه الحالات ، سترغب في إخراج الممحاة المتعمدة.

الممحاة المتعمدة

بدلاً من محو الاتفاقية ، يجب استخدام "لكن الممحاة" لمحو الخلاف.

من أجل فهم أنواع الخلافات التي نتطلع إلى محوها ، نحن
تحتاج أولاً إلى فهم الفرق بين "لا" الناعم و "لا" الصعب.

يقول ديريك هالبيرن من موقع SocialTriggers.com: "إذا هددك شخص ما بلكم في وجهك ، فيمكنك التأكد من أن هذا أمر صعب. إذا لم يكن الأمر كذلك ، فعليك الاستمرار في الضغط لمعرفة ما إذا كان يمكنك الحصول على نعم. سوف يحول خبير الإقناع دائمًا الرفض الناعم إلى نعم ."

من الأمثلة على كلمة "لا" الكلاسيكية "ربما لاحقًا".

إليك كيفية استخدام "ممحاة لكن متعمد" لبدء عملية تحويل ذلك إلى "نعم": "يمكنك الانتظار حتى وقت لاحق ، ولكن ماذا لو نسيت؟

نحن هنا ويمكننا الاهتمام بكل شيء في الوقت الحالي ، لذلك يمكنك لاحقًا الاسترخاء ومعرفة أن كل شيء يتم الاعتناء به ."

الصيغة بسيطة. ابدأ بتكرار ما كان خلافهم ، أضف كلمة "لكن" لمحو هذا الفكر ، وتابع ما تأمل أن يؤمنوا به. هذا أكثر فاعلية بكثير من الرد المباشر مثل "يجب أن تعتني به الآن".

إليك مثال آخر للرفض الناعم الذي يمكن التغلب عليه باستخدام الممحاة المتعمدة: "لست مهتمًا". أدرك أن المرء يبدو كثيرًا مثل "لا" الصعب على الورق. ومع ذلك ، من المهم كيف يقال. إذا كانوا يصرخون عليك ، فمن الصعب "لا".

ومع ذلك ، هناك فرصة أنه مجرد سلوك نمط -شيء يقال بدافع العادة دون حتى التفكير فيه. هذه عبارة "لا" ناعمة ، وقد تلقيت ردًا رائعًا: "قد لا تكون مهتمًا الآن ، لكن 87بالمائة من عملائنا السعداء بدأوا بالقول إنهم غير مهتمين."

معالجة "لا" الناعمة غير الصادرة

أحيانًا "تشعر" برفضهم الناعم حتى قبل أن يقولوا ذلك. ربما تعرف الفرد جيدًا ، أو ربما رأيت هذا الموقف آلاف المرات. غالبًا ما يعرف المتصلون ذوو الخبرة ما ستكون عليه "لا" في وقت مبكر. ليس من المؤلم أبدًا معالجة هذه الأفكار باستخدام ممحاة مقصودة. بعض الأمثلة:

"أعلم أنك لا تحب غسل الأطباق ، لكنني أعلم أيضًا أنك تحب القيام بأشياء لطيفة لوالدتك عندما تكون متوترة."

"أعلم أنه يبدو أن الجميع يطلب منك المال في هذا الوقت من العام ، لكنني أعلم أيضًا أنك أحد المساهمين الأكثر التزامًا لمنظمتنا."

"أعلم أنك تعارض تناول الأدوية ، ولكن سرعان ما أصبحت هذه مسألة حياة أو موت."

"أعلم أنه من المفترض أن تكره الواجب المنزلي ، لكن هذه المهمة قد تكون ممتعة في الواقع."

"أعلم أنك مشغول ، لكن عليك أن ترى هذا."

مقصودة ولكن محاية +"نعم" =ماجيك
X 2

تذكر سالي من الفصل الأخير؟ استخدمت الكلمة السحرية "نعم" جنبًا إلى جنب مع نسخة أكثر دقة من كلمة "لكن الممحاة" المتعمدة لمساعدة إريك في اتخاذ قرار الانضمام إلى صالة الألعاب الرياضية. وإليك كيف فعلت ذلك - هذه المرة مع تعليقي بين قوسين:

سالي: ما الذي أتى بك اليوم؟
إيريك: حسنًا ، أعتقد أن الوقت قد حان لاستعادة لياقتي. (هذا بيان يتماشى مع هدف الانضمام إلى صالة الألعاب الرياضية الخاصة بها ، هكذا تقول سالي. . .)
سالي: نعم ، لقد أتيت إلى المكان الصحيح!
إيريك: حسنًا ، هذا ما أحاول اكتشافه. لدي بعض الخيارات الأخرى للنظر فيها. (عذرًا ، هذا بيان سلبي. حان الوقت لمحوه باستخدام But Eraser.)

سالي: لكنك هنا! من الواضح أن هناك سببًا جيدًا لذلك؟
إيريك: أنت أقرب صالة ألعاب رياضية إلى منزلي. (هذا شيء جيد . . .)

سالي: نعم ، ولدينا خمسمائة موقع آخر حول العالم أيضًا. من الواضح أن عضوية الصالة الرياضية لا تفيدك إذا لم تذهب أبدًا ، أليس كذلك؟

إيريك: نعم ، لقد سلكت هذا الطريق من قبل. (فكرة سلبية. لا تقلق ، هنا تأتي لكن ممحاة في وضع جيد. . .)
سالي: لكن بطريقة ما شعرت أن هذا الشعور مختلف تمامًا بالنسبة لك هذه المرة. أخبرك ماذا ، دعني أقدم لك جولة ، وبعد ذلك سنعود إلى هنا وسأريك بعض الأرقام.

إيريك: حسنًا ، يبدو جيدًا.

يمكنك أن ترى كيف تعمل سالي على تقوية الإيجابيات وتقليل

السلبيات مع كل إجابة بـ "نعم ، و" أو "لكن". هذه تقنية قوية للغاية. بمجرد أن تكون قد عززت اتفاقًا كافيًا ، دخلت في دعوة للعمل تضمنت أسلوبًا يُعرف باسم الربط "و".

ربط "و"

كلمة "و" هي عكس كلمة "لكن". بدلاً من محو الفكرة التي سبقتها ، تربط فكرة "و" الموضوعة جيدًا فكرتين معًا كفكرة واحدة.

لقد حولت الحوار بجملة "اسمح لي أن أقدم لك جولة و
تظهر لك بعض الأرقام ."من المحتمل جدًا أن يوافق على الجولة لأنه موجود هناك لغرض وحيد وهو زيارة صالة الألعاب الرياضية. ومع ذلك ، ربما كان يقاوم النظر إلى بعض الأرقام. من خلال تجميعهما معًا ، زادت احتمالية موافقة سالي على كليهما.

عند استخدام الربط "و" ، تأكد من وضع الفكرة الأكثر قبولًا أولاً.
ثم أدخل "و" متبوعًا بالاقتراح الذي تأمل حقًا أن يقبلوه.

تم تدريس التقنيتين التاليتين اللتين تستفيدان من "لكن التأثير"
بقلم كنتون كنيبر ، مبتكر "كلمات رائعة" -وهو برنامج شائع جدًا يعلم السحرة كيفية استخدام قوة الكلمات لتحسين عروضهم -وأستاذ "الخداع اللغوي". كلاهما يستفيد من القوة العظمى "لكن" بشكل جيد للغاية.

لكن العكس

ماذا لو استخدم شخص ما الممحاة المتعمدة عليك؟ إنهم يتبعون نفس الصيغة بإخبارك أولاً بما تريد سماعه ، وإضافة "لكن" ومتابعة ما يريدون منك أن تصدقه. إليك المثال الأكثر شيوعًا: "أحب ذلك ، لكن لا يمكنني ذلك".

من المحتمل جدًا أن يكون أحدهم قد قال لك هذا بشكل أو بآخر في مرحلة ما من حياتك. إنها طريقة مهذبة لرفض شخص ما دون الإضرار بمشاعره. أصبح هذا النمط اللغوي المعين مجرد نمط.

إنه شيء يخرج من أفواهنا دون الحاجة إلى التفكير

حوله.

يقترح كينتون كسر هذا النمط بعكس الاتجاه. هدفك هنا ليس تغيير الحقائق. هدفك هو تغيير الشعور.

كل ما عليك فعله هو تكرار ما قالوه لك ، بعد إجراء تعديل صغير واحد فقط.

"لا يمكنك ، ولكن هل تحب ذلك؟"

لقد عكست الأمر. تذكر ، القوة العظمى "لكن" هي محو ما
يأتي قبله ويعزز ما يأتي بعده. قد لا تغير هذه التقنية آراء الناس على الفور ، لكنها تغير الطريقة التي يشعرون بها حيال التفاعل. ينتقل التركيز من الجزء "لا أستطيع" إلى الجزء "أحب ذلك" ، وهذا يؤثر على كيفية تذكر المحادثة.

الصيغة ولكن السبب والنتيجة

قبل الغوص في أسلوب Knepper ، من المهم أن نفهم هدفه.
كل الاتصالات لها هدف. في كثير من الأحيان ، ندخل في اتصال دون أي فكرة عما نريد أن يعتقده أو يشعر به أو يفعله الشخص الآخر (أو الأشخاص الآخرون). معرفة الإجابة على كل واحد من هؤلاء أمر مهم.

عندما يكون ذلك ممكنًا ، أجب عن كل سؤال من الأسئلة التالية قبل أن تبدأ محادثة أو عرضًا تقديميًا أو عرضًا تقديميًا.

ما هو الإجراء الذي تريد منهم أن يقوموا به؟

تذكر أن هدفنا ليس جعل الناس يقولون نعم لنا ببساطة. هدفنا هو نقل الناس إلى العمل. ما هو الإجراء الذي تريد منهم أن يتخذه تحديدًا ؟ إذا لم تكن واضحًا بشأن هذا الأمر ، فلن يكون الأمر كذلك.

كيف يجب أن يشعروا ليقوموا بهذا الإجراء؟

حوّلني صديقي العزيز وزميلي في مجال التفكير من المملكة المتحدة ، كينيدي ، إلى هذا السؤال المهم للغاية.

في كثير من الأحيان ، يركز الناس فقط على المنطق عندما يحاولون أن يكونوا مؤثرين. "اذا هم
يمكنهم فقط رؤية الفوائد ، ثم سينضمون إلى برنامجي! "هذا ليس صحيحًا بالضرورة. يتخذ الناس قراراتهم بناءً على العاطفة أولاً ، ثم بعد ذلك

يدعمونها بالمنطق. المنطق يساعد ، ولكن في النهاية المشاعر هي التي تدفع الناس إلى العمل.

في كثير من الأحيان ، لن يكون لدى الناس الرغبة في فعل ما تريدهم أن يفعلوه (مثل كتمرين أكثر ، أو تنظيف غرفهم ، وما إلى ذلك). لهذا السبب يجب أن تركز على إثارة الرغبات التي لديهم داخلهم (جسم سليم ، أن تكون جزءًا من عائلة محبة تساعد بعضها البعض ، وما إلى ذلك).

يساعد فهم الطبيعة البشرية في تحديد المشاعر الحقيقية لشخص ما والرغبات ، والمعرفة العميقة لذلك الشخص أو الموقف المعين يساعد أكثر. هذا هو السبب في أن الأشخاص الذين عايشوا شيئًا ما يكونون دائمًا أكثر تأثيرًا في هذا الموقف من أولئك الذين لم يفعلوا ذلك. الناس الذين عاشوها يعرفون بالضبط كيف تشعر.

ما الذي يحتاجون إليه ليؤمنوا به حتى يشعروا بهذه الطريقة؟

المعتقدات متأصلة في العقل أكثر من المشاعر. تتغير المشاعر بسرعة ، لكن المعتقدات تميل إلى أن تكون أكثر ثباتًا طوال حياة الشخص.
إذا كنت تبيع سيارات مستعملة وكان لدى آفاقك اعتقاد لا تثق أبدًا في بائع سيارات مستعملة ، فهذا اعتقاد يجب عليك التغلب عليه. إذا كنت تبيع منتجات معلوماتية ، فقبل أن تتمكن من إجراء عملية بيع ، فأنت بحاجة إلى أن يعتقد العميل المحتمل أن المعلومات ذات قيمة.

إذا كنت تواجه مشكلة في إقناع شخص ما باتخاذ إجراء ، فاستخدم هذه الأسئلة الثلاثة لمساعدتك على العودة إلى المسار الصحيح. حدد بالضبط ما هو الإجراء المطلوب ، ثم قم بهندسة عكسية لما يحتاج شخص ما إلى تصديقه وكيف سيحتاج أن يشعر من أجل اتخاذ هذا الإجراء.

بمجرد حصولك على كل هذه المعلومات ، اختر أي إجراء أو شعور أو اعتقاد مرغوب فيه وقم بتوصيله بجزء "التأثير" من صيغة Knepper "لكن السبب والنتيجة":

[[[السبب]]] ، لكن يمكنك [[[التأثير]]].

اسمحوا لي أن أعطيك مثالا من عرضي. التأثير المنشود هو أن يقف الجمهور في النهاية ويصفق. التصفيق الحار ليس مفيدًا لنفسي فحسب ، بل يُظهر أيضًا لعميلي أن الجمهور استمتع بالبرنامج. ومع ذلك ، فإن السبب الرئيسي الذي يجعلني أحاول أن أحظى بحفاوة بالغة هو أنه في الواقع يزيد من استمتاع الجمهور بالعرض. كل الأشياء متساوية ، أولئك الذين يقفون و

سيتذكر التصفيق قضاء وقت أفضل من أولئك الذين لا يفعلون ذلك. لذلك ، "أعطني ترحيبا حارا" هو التأثير المطلوب.

بعد ذلك ، ستحتاج إلى اختلاق سبب. يمكن أن يكون أي شيء. في المثال الخاص بي ، سبب الترحيب الحار هو "فتح الظرف".
بعد توصيل السبب والنتيجة ، وبعد إجراء بعض التعديلات حتى يبدو كل شيء طبيعيًا ، أضفت السطر التالي إلى عرضي. مثلما أعطيت ظرفًا لمتطوع ، أقول لسانه في الخد ، "سنفتح ذلك الظرف ، لكنهم قد يعطونني ترحيباً حاراً ، لذلك سنحتفظ بذلك حتى النهاية."

من الواضح أن هذا الخط لن يعمل إذا تم إدراجه في عرض فظيع أو إذا لم يكن هناك شيء مدهش بالفعل داخل الظرف ، لكنه ساعدني في الحصول على تصفيق حار في كل عرض تقريبًا.

فيما يلي بعض الأمثلة على هذه الصيغة لأنها تنطبق على الحياة اليومية: متحدثة باسم تجاري تريد زيادة المبيعات: "سأوضح لك كيف يعمل هذا ، ولكن قد تجد نفسك تسحب هاتفك لتقديم طلب."

طبيب أسنان يريد أن يشعر مرضاه بالراحة: "سأضع كرسيك
مرة أخرى ، ولكن قد تصبح مرتاحًا لدرجة أنك سترغب في النوم ."
مستشار مالي لعميله: "سأضع جميع الخيارات المتاحة أمامك ، ولكن قد ترغب في أخذ نصيحتي بشأن هذا الخيار."

اعتمادًا على شخصيتك ، قد تكون قادرًا على القيام بهذه الأمور بجدية
نغمة أو قد تضطر إلى قولها بغمزة وابتسامة.

الركل ولكن العادة

إذا كنت تستخدم كلمة "لكن" بشكل غير صحيح ، فمن المحتمل أنك تفعل ذلك لفترة طويلة. من الصعب كسر العادات القديمة ، ولكن هناك أمل. الخبر السار هو أنه لا داعي للقلق بشأن الكمال. يمكنك أن تتوقع ارتكاب أخطاء أثناء تطوير هذه المهارة الجديدة ، وهذا جيد تمامًا. إليك عملية التخلص من العادة:

الأسبوع الأول: لاحظ كيف يستخدم الآخرون كلمة "لكن". اسأل نفسك ، هل كنت سأستخدمها بشكل مختلف؟ أعد تشغيل المحادثات في ذهنك واستبدل أي "تحفظات" سيئة الاستخدام بـ "تحفظات" مقصودة.

الأسبوع الثاني: حاول أن تجد نفسك تقول "لكن" في تفاعلاتك اليومية.
اسأل نفسك ، هل استخدمت "لكن التأثير" بشكل صحيح في هذه الحالة؟ إذا لم يكن الأمر كذلك ، كيف يمكنني استخدامه بشكل مختلف إذا أتيحت لي الفرصة للقيام بذلك مرة أخرى؟

الأسبوع الثالث: تحدى نفسك لتستخدم عمدًا واحدة ولكن ممحاة وواحدة لكن محسِنة هذا الأسبوع.

بعد واحد وعشرين يومًا من التركيز على كل "الأشياء" التي تسمعها وتقول ، ستندهش من كيفية تكيف عقلك مع تقنية الاتصال الجديدة القوية هذه. ستحبها عندما تعمل But Erasers وBut Enhancers من أجلك بدلاً من أن تعمل ضدك.

لمحة سريعة "ولكن"

- "لكن" يمحو ما جاء قبله ويعزز ما يأتي بعده.
- غالبًا ما يتم إساءة استخدام هذه القوة عن طريق الخطأ ، ولكن عند استخدامها عن قصد يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي للغاية على نتيجة الاتصال.
- متعمد ولكن يمكن أن تساعد المحايات في التغلب على "لا" الناعمة.
- اجمع بين "نعم" و "لكن" أثناء الحوار لخلق تأثير شبه منوم.
- يمكن استخدام "و" ، وهو عكس "لكن" ، لإزالة "لكن" بالإضافة إلى ربط فكرة مقبولة بفكرة أقل قبولاً -مما يجعل الفكرة الأقل قبولاً أكثر احتمالاً لقبولها.
- إذا استخدم شخص ما الممحاة ضدك ، فلا داعي للقلق. يمكنك ببساطة تكرار العبارة مرة أخرى لهم أثناء عكس ترتيبها لتحسين كيفية تذكر شخص ما للتفاعل.
- يمكن أن تقود صيغة "لكن السبب والنتيجة" القوية الناس إلى أفعال أو مشاعر أو معتقدات محددة.
- من الصعب كسر أنماط الكلام القديمة. خذ تحدي الثلاثة أسابيع للتخلص من العادة.

الكلمة السحرية # 3

"لان"

مثل العديد من السحرة ، بدأت في الأداء في حفلات أعياد ميلاد الأطفال الصغار.
حدث أي شيء تقريبًا يمكنك تخيله (بالإضافة إلى بعض الأشياء التي لا يمكنك تخيلها) في منتصف عرضي. لقد كان لدي أطفال يتقيأون على بعضهم البعض ، واضطررت إلى تفادي ركلات الكاراتيه الطائرة بأسلوب ماتريكس ، وقد حاولت حتى أن تأكل ماعز أحدهم الأليف لأكل واحدة من الدعائم الخاصة بي. لكن أكثر عوامل الإلهاء التي يمكن توقعها كانت عندما يشعر الأطفال بالحماس المفرط ويقفون في منتصف روتيني. كان من المستحيل تقريبًا جعل الأطفال يجلسون. هذا عندما عثرت على أول كلمة سحرية حقيقية لي.

"لان."

إذا طلبت من هؤلاء الأطفال "الجلوس مع عصير التفاح لأن الأطفال خلفك لا يمكنهم الرؤية" ، فعندئذ فعلوا. إذا قلت ، "اجلس لأني لا أريد أن تذهب كل هذه التصفيق إلى رأسي" ، فعندئذ فعلوا. كالسحر.

فقط لم يكن السحر. ولم يكن له أي علاقة بالأسباب
أعطاهم أيضًا. وبدلاً من ذلك ، كان اكتشاف إلين لانجر ، عالمة النفس بجامعة هارفارد ، هو الاكتشاف الغريب.

بدأت دراسة لانغر الشهيرة عندما كان هناك طابور من الناس ينتظرون لاستخدام آلة التصوير. ثم حاولت قطع الطابور.
لم تكن وقحة حيال ذلك ، رغم ذلك. سألت بأدب ، "معذرة ، لدي خمس صفحات. هل يمكنني استخدام جهاز " ؟Xerox

حاولت ذلك مرارًا وتكرارًا ووجدت أن 60 بالمائة من الناس سمحوا لها بالمضي قدمًا.

ثم أصبح لانجر أكثر تحديدًا. "عفوا ، لدي خمس صفحات. هل يمكنني استخدام آلة Xerox لأنني في عجلة من أمري؟ "
عندما أعطت سببًا ، "لأنني في عجلة من أمري" ، ارتفع معدل الامتثال إلى 94 بالمائة. لا توجد مفاجأة حقيقية هناك.

تأتي المفاجأة مع السؤال الثالث: "معذرة ، لدي خمس صفحات.
هل يمكنني استخدام جهاز Xerox ، لأن علي عمل بعض النسخ؟ "ظل معدل الامتثال على حاله تقريبًا ، عند 93 في المائة ، رغم أنها أزالت السبب. كان لانجر قادرًا على قطع الخط ببساطة باستخدام كلمة "بسبب".

تبدو وكأنها كلمة سحرية بالنسبة لي.

السحر وراء "لأن"

عندما كان أطفالي يبلغون من العمر عامين تقريبًا ، دفعونا إلى الجنون بسؤال "لماذا؟" لعبه. بغض النظر عما قلناه ، أرادوا معرفة السبب. يمر جميع الأطفال بهذه المرحلة الطبيعية من نمو الدماغ. هذا هو الوقت الذي يبدأ فيه النصف المخي الأيسر للدماغ على الإنترنت ويبدأ مفهوم السبب والنتيجة في التكون. هذا أيضًا هو الوقت الذي يبدأ فيه معظم الآباء بالجنون قليلاً.

من تلك النقطة فصاعدًا ، يريد دماغنا أن يشعر بأنه يفهم السبب لكل تأثير يلاحظه. هذا هو السبب في أن أعمال العنف العشوائية وغيرها من الجرائم التي لا معنى لها تزعجنا كثيرًا. نصيح ، "لماذا حدث هذا؟"

لاحظ -وهذا مهم -الدماغ يريد فقط أن يشعر بأنه يفهم القضية. ليس من الضروري في الواقع فهم السبب.

إذا سألت مائة شخص عن سبب عدم قدرتهم على الطيران ، فقد يجيبون ، "بسبب الجاذبية" ، وسيكونون سعداء بهذه الإجابة. لكنهم لا يفهمون حقًا ما الذي يسبب الجاذبية. لست متأكدًا من أن أي شخص يفعل ذلك أيضًا. الجاذبية ليست تفسيرًا للظاهرة ، إنها مجرد اسم لها. لكن هذا الاسم ، جنبًا إلى جنب مع كلمة "لأن" ، يلبي حاجة أدمغتنا إلى السببية.

وينطبق هذا أيضًا على سيئ السمعة "لأنني قلت ذلك". هذا ليس سببا!

ومع ذلك ، اكتشف الآباء في جميع أنحاء العالم أن هذه العبارة تؤكد لعقل المستمع أن هناك بالفعل سبب. في الواقع ، إن كلمة "سبب" مضمنة في كلمة "بسبب".

على الرغم من أن كلمة "بسبب" هي كلمة سحرية ، إلا أنها لا تلغي الحاجة تمامًا لسبب منطقي فعلي. بعد كل شيء ، أظهر بحث لانجر انخفاضًا طفيفًا عند إزالة السبب. صحيح أنه كان فرقًا ضئيلًا ، لكنه كان فرقًا مع ذلك.

إليكم ما لاحظته: مع زيادة تعقيد المهمة أو الجهد المبذول ، يجب أيضًا زيادة سبب القيام بها.

هذا هو السبب في أن "لأن" لها تأثير سحري حقًا على القرارات السريعة ذات الأهمية القليلة نسبيًا. إذا كنت تريد أن يقوم شخص ما بإخراج القمامة ، أو التبرع بدولار للأعمال الخيرية ، أو السماح لك باستخدام آلة التصوير أولاً ، فإن كلمة "بسبب" ستكون فعالة للغاية. ومع ذلك ، لكي يكون لها تأثير على شيء أكثر أهمية ، مثل مستوى تحفيز الموظف ، يجب أن يتبعه سبب يرضي الرغبة في الحصول على إجابة جيدة على السؤال المتواصل "لماذا؟" أن كل دماغ فوق سن الثانية يسأل.

الأسباب الوحيدة المحركة
البشر

وفقًا للتسلسل الهرمي الشهير للاحتياجات لأبراهام ماسلو ، هناك خمسة أنواع من الاحتياجات التي يسعى جميع البشر إلى تلبيتها. هذه الاحتياجات الخمسة هي السبب الجذري لكل إجراء نتخذه. إذا كنت تأمل في تحفيز شخص ما على اتخاذ أي نوع من الإجراءات المهمة ، فإن إعطائه "لأن" متبوعًا بواحدة من الاحتياجات الخمسة سيخلق دوامة تحفيزية يصعب عليهم تجاهلها.

حاولت النماذج الحديثة تحديث قائمة ماسلو الأصلية ، وبعضها
تحتوي المخططات على ما يصل إلى عشرة مستويات بعناوين غامضة وتفسيرات محيرة. بينما أوافق على أن هرم ماسلو ليس مثاليًا ، هناك بعض الجمال في بساطته.

هنا ، سأقدم لكم ستة محفزات بشرية. إنهم "بحاجة إلى" و "يجب" و "يريدون" و "يختارون" و "يحبون أن" و "مدعوون إلى". لقد وجدت أن أفضل طريقة لشرحها هي سرد القصة التالية:

تخيل للحظة أنني أيقظتك مبكراً وسحبتك إلى المدينة في الوقت المناسب للاندفاع الصباحي. الهواء نقي ، والشمس نقية ، ولديك كوب كبير من وقود الصباح الحار في يد واحدة. كلانا مترنح بعض الشيء ، وكذلك الجميع.

بينما نتحادث ، يتشكل بحر من الناس من حولنا -ببطء شديد حتى لا نلاحظه. إنهم جميعًا مشغولون للعمل حاملين حقائبهم في يد ومعاطفهم مثبتة بإحكام باليد الأخرى. لن يكون لدينا الكثير من الوقت مع أي منهم اليوم ، لذلك أفترض أننا يجب أن نبدأ.

"اعذرني سيدي؟ لماذا انت ذاهب الى العمل؟ "

"اممم ، لأن لدي فواتير ، يا رجل! أحتاج إلى وضع الطعام على المائدة ، تمامًا مثل أي شخص آخر. صدقني ، أفضل أن أكون في مكان آخر الآن إذا كان بإمكاني ذلك ."يحدق في ساعته. إذا كان يمشي أسرع ، لكان يركض.

إنه "بحاجة إلى". هل يبدو متحمسًا لك؟

قطعاً. يتم تحفيز "الحاجة إلى" للظهور.
لسوء الحظ ، بمجرد وجودهم هناك ، هذا كل ما ستحصل عليه.
هل لاحظت أي "حاجة" في مكان عملك؟ إنهم يحضرون ، ويضربون الساعة ، ويخوضون الحركات ، ويحاولون أن يكونوا غير مرئيين قدر الإمكان أثناء وجودهم هناك ، ويأخذون بضع فترات راحة إضافية لتناول القهوة و / أو استراحات للتدخين ، ثم يغادرون في أقرب وقت ممكن. هم عادةً أشخاص سلبيون يحتاجون بشدة إلى القهوة (أو ربما بعض المشروبات الأخرى المفضلة) من أجل "البقاء" في أسبوع العمل.

هل هذا الشخص متحمس حقًا؟ ليس صحيحا. دعنا نسأل شخص آخر.

"عفوا سيدي ، لماذا أنت ذاهب إلى العمل؟"

"ليس لدي خيار. لدي عائلة. لا بد لي من وضع سقف فوق رؤوسنا. يجب أن أدفع مقابل التأمين الصحي ، ويجب أن أتأكد من العناية بهم. إذا سمحت لي ، يجب أن أذهب. سوف أتأخر. "

كان لدي شعور بأنه "يجب أن". من المؤكد أن "يجب أن" يكون الدافع أكثر قليلاً من الرجل السابق. بعد كل شيء ، هو مزود.
لديه أشخاص آخرون يجب عليهم التفكير بهم والعناية بهم. ولكن بمجرد حصوله على أربعين ساعة ووضعه بدوام كامل مع الفوائد ، فقد انتهى. لا حاجة للذهاب إلى أبعد من نداء الواجب.

يجب أن يكون هناك مستوى أعمق من التحفيز من مجرد المال. دعنا نسأل شخصًا آخر. "عفوا يا سيدتي. لماذا انت ذاهب الى العمل؟ "

"لماذا هذا الاستطلاع؟"

"في الحقيقة . . . "

"أوه ، عزيزي ، قد يكره هؤلاء الأشخاص وظائفهم ، لكن يمكنك أن تكتب في استطلاعك الصغير أنني أريد بالفعل أن أذهب إلى العمل! أحبها. أنا أحب الأشخاص الذين أعمل معهم ، ومن المؤكد أن الجلوس في المنزل طوال اليوم يتقاعد! عذرًا ، عليّ الرد على هذه المكالمة ."

ما رأيك في الجواب "لأنها تريد"؟ هل هذا يعني أنها متحفزة؟ أكثر بقليل من الأخيرين ، هذا أمر مؤكد. إنها لا تنظر إلى العمل على أنه "شر لا بد منه". ربما تكون شخصًا أكثر إيجابية وبالتأكيد أكثر متعة في التواجد حولها. ولكن إذا كنت تعرف يومًا ما "تريد" في مكان العمل ، فأنت تعلم أن هناك بعض الجوانب السلبية أيضًا. نظرًا لأنهم مدفوعون بالجانب الاجتماعي ، فقد يقضون الكثير من وقت الشركة في التواصل الاجتماعي. هم أول من يواكبون كل شائعات المكتب ، ومن المحتمل أنهم يقضون ساعات مدفوعة الأجر على مواقع التواصل الاجتماعي لأسباب شخصية. إنها ، 9:15بعد كل شيء ، وما زالت تقف حول الدردشة على هاتفها الخلوي.

لذلك دعونا نسأل هذه المرأة التي ترتدي البذلة. "لماذا أنت ذاهب للعمل؟"
"لقد تم استدعائي للتو. كان من المفترض أن أحصل على يوم عطلة ، ولكن هناك الكثير مما يحدث في هذا الوقت من العام. أنا دائمًا أول من يتصلون به ، لأنهم يعرفون أنني سأقول نعم. هذا النوع من الأشياء يبدو جيدًا حقًا عندما يأتي وقت المراجعة ."
سأطلق عليها اسم "اختر أن". إنها متحفزة أكثر من أي شخص آخر تحدثنا إليه حتى الآن. في الواقع ، لقد تجاوزت الخط الفاصل بين "القيام بالحد الأدنى" و "تجاوز نداء الواجب". هذا هو الشخص الذي يريد تسلق سلم الشركة وتحقيق النجاح في مجالها.

ومع ذلك ، فإن دافعها غالبًا ما يكون البحث عن الذات. من الصعب على هذا الشخص أن يكون عضوًا في فريق -حتى أنه قد يخرب لاعبين آخرين لتحقيق مكاسب شخصية. أيضًا ، من المحتمل أنها تكافح لإيجاد التوازن المهم بين العمل والحياة.

أن تكون لاعبًا في فريق أمر مهم بشكل متزايد في مكان العمل اليوم. في النهاية ، إذا أردنا خدمة الشركة وعملائها ، فنحن بحاجة إلى أن يكون جميع أعضاء الفريق على متن الطائرة للأسباب الصحيحة. أكبر مشكلة معها هي أنها أكثر اهتمامًا بخدمة نفسها.

لسوء الحظ ، كنت أتوقع هذا. هذه هي الإجابات الأكثر شيوعًا التي ستحصل عليها
عندما تسأل الناس ، "لماذا أنت ذاهب للعمل؟" الحقيقة المحزنة هي أن غالبية الأمريكيين يكرهون وظائفهم.

المستويات المتبقية من الدافع تسمى "الحب" و "الدعوة إلى".
يجد الشخص "المحب إلى" صعوبة في معرفة الفرق بين العمل و

بكل سرور. لا يفكرون في ما يفعلونه على أنه "عمل" ، لأنهم يحبونه كثيرًا.

الشخص الذي يشعر بأنه "مدعو" لعمله لديه دافع يتعمق أكثر. يقول هذا الشخص ، "أفعل ما أفعله لأن هناك عملًا أخدمه ، أو هناك سبب أؤيده ، أو أن هناك هدفًا لدي أكبر من نفسي فقط."

هذا الشخص لديه دوافع لا تصدق ويتم تحقيقه تمامًا في عمله ، و
انها فقط لا تحصل على أي أفضل من هذا. تُظهر لنا المنظمات التطوعية أنه عندما تستفيد من هذا المستوى من التحفيز ، لم يعد الأمر يتعلق بالمال. بحكم التعريف ، المتطوعون لا يحصلون على أجر ، ومع ذلك فهم يظهرون ويقدمون كل ما لديهم على أي حال.

لا يتم تحفيز "الحب إلى" و "المطلوبين" فقط بالبقاء مثل "الحاجة
إلى "و" يجب أن ."إنهم ليسوا مدفوعين فقط بالعقوبات والمكافآت مثل "الذي يريد" و "يختار ما هو عليه". دافعهم جوهري. إنها تأتي من الداخل.

إذا كنت تأمل في تحفيز أو إلهام من حولك ، فعليك أن تبدأ
من خلال مساعدتهم في العثور على "لأن" أن أدمغتهم تشعر بالرضا عنها.
إذن ، أي "لأن" سيعمل بشكل أفضل؟ إليك نصيحة: لا تهتم بسؤالهم مباشرة ، "ما الذي سيحفزك؟" ربما يجيبون ، "المزيد من المال!"
أظهر العلم أن المال لا يحفز الناس ، مثله مثل المال
لا تجعل الناس سعداء. ومع ذلك ، لا يزال من المغري للموظفين الاعتقاد بأنها ستفعل ذلك. ذات مرة رأيت لافتة في نافذة متجر توضح هذا الخداع تمامًا. نصها: "كل ما أطلبه هو فرصة لإثبات أن المال لا يمكن أن يجعلني سعيدًا."

سيكون السؤال الأكثر إنتاجية الذي يجب طرحه هو: "لماذا اخترت هذا المسار الوظيفي؟" أو "لماذا اخترت هذه الشركة؟" ستجد في إجاباتهم ما يدفعهم حقًا. بمجرد الانتهاء من ذلك ، كل ما عليك فعله هو تذكيرهم باستخدام التقنيات الموجودة في هذا الفصل.

"لأن" لن تعمل أبدًا بدون
هذا الأساس

لا يمكنك تشجيع الآخرين على التحفيز من خلال مستويات "الحب" أو "الاستدعاء" إلا إذا كنت مدفوعًا بنفسك. القادة الكبار والمحفزون لديهم شغف لما يفعلونه يتجاوز كسب لقمة العيش. هذا الشغف

معدي لمن حولهم.

كان جدي واحدًا من شخصين فقط في حياتي شجعاني في سعي للحصول على مهنة في السحر. بينما كان الجميع يطلبون مني التركيز على إيجاد شيء أكثر واقعية وآمل أن أتجاوز المرحلة ، حثني على مواصلة الممارسة. لقد ألهمني فرحه الخالص بمشاهدة سحري بشكل لا مثيل له. في كل مرة أراه يسأل ، "أي حيل جديدة؟" أو "هل لديك أي العربات قادمة؟"

لم أكن أعرف هذا في ذلك الوقت ، ولكن قبل ولادتي بوقت طويل ، اشتغل في ذلك
ساحر هاو. اكتشفت هذا بعد فترة وجيزة من عرض أول خدعة على بطاقة التحسس الخاصة بي. ابتسم وهو يراقب بصبر. عندما انتهيت ، رفع يده بهدوء للحصول على البطاقات وشرع في تفجير ذهني البالغ من العمر عشر سنوات بحيل لا تصدق. كنت مدمن مخدرات.

لم يتابع السحر أبدًا كمهنة. بدلاً من ذلك ، انتهى به الأمر للعمل كبواب
حتى بلغ الثمانينيات من عمره.
هذا هو الشيء: لقد أحب وظيفته. بينما نظر الآخرون بازدراء له
المهنة ، غير وجهة نظره. لم يكن يتوقع أن تضفي وظيفته معنى على حياته ؛ جلب معنى لوظيفته. لم أسمعه أبدًا يشكو من العمل. في الواقع ، كلما ذهبت إلى العيادة حيث كان يعمل ، عاملني الموظفون مثل الملوك ، لأنني كنت "حفيد إيدي". كان دائما متفائلا وإيجابيا في العمل.

لم يكن موقفه الذي احترمه. لم يكن الأمر مجرد حقيقة أنه كان جدي. لم يكن بالتأكيد ماله أو قوته الجسدية أو شقته الصغيرة.

كانت وجهة نظره. لم يحفزني بمجرد إخباري بـ "بسبب".
هو اراني.
إذا لم يكن لديك "لأن" مقنعًا ، فسيكون من الصعب جدًا عليك أن تعطي واحدًا للآخرين. لذا دعني أسألك ، "لماذا أنت ذاهب للعمل؟"
من الصعب جدًا إقناع أي شخص بحب عمله أو متابعة مهمته إذا كنت عالقًا في رتابة يومية ، "بحاجة إلى" تنظيم نفسك. إذا كان هذا أنت ، فيبدو أن لديك خيارًا يتعين عليك القيام به. يمكنك إما تغيير وجهة نظرك ، أو يمكنك تغيير مهنتك. هذا هو. في أرض الفرص هذه وفي وقت الوفرة هذا ، لا يوجد حقًا أي عذر للحصول على وظيفة تجعلك بائسًا. نحن نقضي الكثير من حياتنا في العمل حتى لا يكون أي شيء أقل من كونه مُرضيًا. لذا مرة أخرى ، إما أن تفعل ما تحب أو تحب ما تفعله.

ومع ذلك ، لا تتسرع في ترك عملك! لا تتوجه إلى مكتب رئيسك في العمل وأنت تصرخ وتصرخ حول الطريقة التي أخبرك بها "الفتى السحري" أنك بحاجة إلى التغيير

مهنتك لتكون سعيدا. يجب أن يكون تغيير مهنتك هو الملاذ الأخير. العشب ليس دائمًا أكثر خضرة على الجانب الآخر من السياج. العشب أكثر اخضرارا حيث يسقى.

الآن بعد أن أصبح لديك أساسيات "لأن" جيدة ، دعنا نلقي نظرة على بعض التقنيات المتقدمة.

سر اقتراح المربّع و ABT

لا يصدق الناس ما تقوله لهم. نادرا ما يصدقون ما تظهره لهم.
غالبًا ما يصدقون ما يقوله لهم أصدقاؤهم. هم دائما يصدقون ما يقولونه لأنفسهم.

-سيث جودين

لا يستخدم العقلانيون أيديهم للتلاعب بأدوات السحرة مثل الحبال أو العملات المعدنية أو البطاقات أو الأوشحة. بدلاً من ذلك ، يستخدمون كلماتهم للتلاعب بأفكار ومعتقدات وتصورات الجمهور. اسمحوا لي أن أريكم مثالاً على خدعة بسيطة يمكن إجراؤها بالكلمات. اقرأ واتبع التعليمات التالية:

الآن ، أريدك أن تفكر في شكل هندسي بسيط ، مثل. . . ايا كان. حصلت على واحدة؟ رائعة. فكر الآن في مربع أو مربع آخر. يجب أن تفكر الآن في شكلين هندسيين بسيطين.

إذا كنت مثل معظم الناس ، فكرت في دائرة ومثلث.
هل توقعت المستقبل؟ بالطبع لا ، لكن الأسرار الكامنة وراء هذا الوهم الصغير تكشف تمامًا. يشير الجزء الأول من السر إلى حب الدماغ للاختصارات. لا يريد الدماغ أن يعمل بجهد أكبر مما يجب عليه. تتبادر إلى الذهن الدائرة والمثلث أولاً لأنهما أبسط الإجابات. لذلك ، باستخدام الكلمات "الآن" ، يخلق العقلاني إحساسًا بالإلحاح ، ويكاد يكون مستعجلاً في اختيارك. يمنحك هذا حدًا زمنيًا مدركًا ، مما يجعل عقلك يرغب في الاعتماد على الاختصارات أكثر.

كلمة "بسيط" هي مصطلح نسبي يلغي عددًا كبيرًا من الخيارات الممكنة. من الواضح أن خيارات مثل "triskaidecagon"و "enneagon"و "icosagon"قد انتهت. ولكن حتى الخيارات المشكوك فيها مثل "المعين" و "البنتاغون" و "المثمن" لا يتم اختيارها أيضًا بشكل شائع. عندما تكون على خشبة المسرح أمام شخصين

مئات الأشخاص ، فأنت لا تريد أن تكون الأبله الذي لا يتبع التوجيهات جيدًا.

من المهم جدًا لهذه العملية عبارة "مثل مربع". باقتراح "مربع" ، يستبعد عالم العقل فعليًا إمكانية اختيار مربع. أحد أكثر الأشياء التي يمكن توقعها عن الناس هو أننا لا نعتقد أننا يمكن التنبؤ بها. هذا الوهم الصغير يستفيد استفادة كاملة من ذلك.

"المربع" هي فكرة العقلي ، وليست فكرتك. لذا فأنت ترفضها وتفكر في فكرتك "الخاصة بك" ، والتي ، بالطبع ، هي ما أرادك أن تفكر فيه طوال الوقت.
وإليك النقطة الرئيسية: من أجل التأثير على شخص ما في طريقة تفكيرك ، يجب أن يعتقد أولاً أن هذه هي طريقته في التفكير. التأثير الحقيقي لا يتعلق بإقناع الناس أو التلاعب بهم أو تملقهم. بدلا من ذلك ، يتعلق الأمر بقيادتهم.

ما هو شعورك عندما يمنحك شخص ما البيع الصعب أو يضغط عليك في شيء؟ ماذا عن الوقت الذي يوجهك فيه مديرك؟ ربما لا تشعر بالرغبة في "السير مع التيار". عندما يتم الدفع ، نميل نحن البشر إلى وضع دفاعاتنا والمقاومة.

عندما توجد مثل هذه المقاومة تفقد "لأن" بعضاً من سحرها. حتى لو كان عليك أن تضيف سببًا مقنعًا للغاية ، فهناك نقطة يرفضها الشخص الآخر بغض النظر عما تقوله. إذا بدوا غير منفذين لقوة الكلمة السحرية "لأن" لأي سبب من الأسباب ، فقد حان الوقت لرفع الرهان وتجربة بعض ABT(تقنية متقدمة بسبب).

الفكرة وراء ABTهي جعل الشخص يقول "لأن" لأنفسهم.
بدلاً من إعطاء شخص ما ألف سبب لفعل شيء ما ، حاول أن تسأله ، "لماذا؟" عندما تفعل ذلك ، سوف يملأون "لأن" الخاصة بهم. الآن هذه أسبابهم وليست أسبابك. لذلك ، فإن هذه الأسباب سيكون لها تأثير أكبر في قراراتهم وسلوكهم في المستقبل. بطريقة ما ، كلمة "لماذا" هي كلمة سحرية بحد ذاتها تقريبًا ، لأنها تستغل بشكل غير مباشر قوة "بسبب".

قد تسأل رئيسة نادي الروتاري أعضائها ، "لماذا تفترضون نحن هل لديك شرط حضور في هذه المنظمة؟ "من أجل زيادة الحضور. قد يسأل مندوب مبيعات السيارات العميل ، "لماذا تنظر إلى هيونداي اليوم؟" من أجل زيادة احتمالية الحصول على البيع. قد يسأل الآباء أطفالهم ، "لماذا من المهم معاملة الآخرين باحترام؟" من أجل تشجيع السلوك اللطيف. قد يسأل الطبيب مريضه ، "لماذا يجب أن تتمرن أكثر؟" من أجل زيادة امتثال المريض.

يسأل "لماذا؟" بهذه الطرق يجبر المستمع على الانخراط بنشاط في أي أسباب "لأن" التالية. من المرجح دائمًا أن يتخذ الأشخاص إجراءً ما إذا اعتقدوا أن هذه هي فكرتهم. نحن نميل إلى التقليل من أفكار الآخرين وتضخيمها

منطقتنا.

لذا ، سأتبع نصيحتي الخاصة. لماذا تعتقد أنه من الأفضل أحيانًا أن تسأل "لماذا؟" من أن تقول للناس "بسبب"؟

الشاحنة "أو. . . "

هنا ABTعظيم آخر. هذا مفيد بشكل خاص إذا استجاب شخص ما لـ "لماذا؟" مع هز كتفي و "لا أعرف".

ستبدأ بتقديم واحد أو أكثر من الأسباب "بسبب". ثم ستنتهي بـ "أو. . . "بيان. في ما يلي مثال: "ينخرط بعض الأشخاص في هذا النوع من العمل فقط من أجل المال أو التقدير ،

أو الفوائد. وآخرون هنا من أجل الأشخاص الذين نخدمهم ، أو الفرق الذي نصنعه ، أو. . . أي عدد من الأسباب ."

يحدث السحر أثناء التوقف الطويل بين الكلمات "أو" و "أي".
يميل الدماغ البشري إلى العمل في وضع البقاء على قيد الحياة ، مما يعني أنه يتوقع دائمًا ما سيحدث بعد ذلك. أحد الأشياء التي تفصلنا عن بقية مملكة الحيوان هو ما يسمى "نظرية العقل". يصف هذا قدرة الإنسان الواضحة على تفسير وتوقع أفكار الآخرين أو معتقداتهم أو نواياهم.

أثناء التوقف بعد كلمة "أو" ، لا يسع عقل المستمع إلا أن يبدأ فورًا في ملء الفراغ. فكر فيما أنجزته للتو. أدمغتهم تخلق وتستكشف أسباب "لأن" الخاصة بهم! أو ، على الأقل ، يحاولون توقع ما قد يكون اقتراحك التالي.

هناك شيء آخر يجب أن تعرفه عن "أو" اللاحقة. لا تتوقع
الناس لتحقيق قفزة هائلة من اقتراحاتك إلى إجاباتهم الخاصة. ستعتمد الطريقة التي يملأ بها عقولهم في الفراغ على الاقتراحات التي تقدمها مباشرة قبل "أو" اللاحقة. على سبيل المثال ، إذا كنت ستستخدم هذه التقنية لتطلب من شخص ما "التفكير في أي رقم مثل 8أو 17أو ، 4أو. . . أي رقم على الإطلاق ، "ربما لن يقفزوا إلى .59835بالطبع ، من الممكن أن يفعلوا ذلك. لكن من واقع خبرتي ، لم يحدث هذا أبدًا تقريبًا.

هل لاحظت خدعة "أو" في الدائرة / المثلث؟ اقتراح "مربع" قبل "أو" الزائدة مباشرة جعل عقلك يفكر في شكل بسيط حقًا . إذا قلت "سداسي" بدلاً من "مربع" ، فمن المحتمل أن تكون إجاباتك أقرب إلى "مثمن" و "خماسي" بدلاً من "دائرة"

"مثلث."

هذه تقنية رائعة يمكن أن تساعدك في أن تكون والدًا أو مندوب مبيعات أو قائدًا أو محفزًا أفضل أو في أي مجال من مجالات الحياة تقريبًا! . . .

"لأن" يمكن أن تساعدك على القيادة- فإن

اختبار الوضوح

جزء أساسي من عملك هو إشراك الفريق بأكمله في أهداف المنظمة ورؤيتها. بدون "الاشتراك" ، سيفتقر طاقم العمل لديك إلى الحافز والحماس ، وسيعاني أداؤهم العام بشكل كبير. يجب أن توفر لهم رؤية واضحة تمامًا.

باختصار ، أنت بحاجة إلى "بسبب".

لا تفترض أبدًا أنهم يعرفون ما هي رؤية المنظمة. لا حتى افترض أنك تعرف. إليك اختبار يمكنك إجراؤه الآن لتحديد مدى وضوح رؤيتك: أمسك بقلم واكتب إجابات الأسئلة الثلاثة أدناه. اضبط عداد الوقت لمدة دقيقتين وابدأ في الكتابة. يجب أن تكون قادرًا على كتابة جملة أو جملتين بوضوح لكل سؤال أدناه قبل نفاد الوقت.

ما هي مهمة منظمتك؟

ما هي مهمة قسمك؟

ما هي مهمتك كقائد للفريق؟

لا تفوت هذا التمرين. لا يهمني إذا لم ترجع أبدًا إلى هذه الصفحة ؛ ما زلت أريدك أن تكتب إجاباتك على أي حال. ضع في اعتبارك هذا: إذا لم تتمكن من كتابة إجابات موجزة على الأسئلة أعلاه في دقيقتين أو أقل ، فإن رؤيتك ليست واضحة بما يكفي في عقلك. إذا لم يكن الأمر واضحًا في ذهنك ، فكيف تتوقع أن يكون واضحًا في أذهان مرؤوسيك المباشرين؟ اختبر نفسك الآن. هل يمكنك كتابتها فعليًا على الورق؟ (مجرد التفكير في الإجابات في رأسك لا يهم. يظهر نوع جديد من الوضوح عندما تضع هذه الأفكار فعليًا على الورق. جربها وانظر.)

بعد ذلك ، حاول اختبار موظفيك. إذا سألتهم ، "سريعًا ، ما هي رؤيتنا؟" هل سيتمكنون من الرد عليك في جملة واحدة سريعة في ثلاثين ثانية أو أقل؟ إذا سألت العديد من أعضاء الفريق ، فهل ستحصل على نفس الإجابات بالضبط؟ إذا لم يكن الأمر كذلك ، فيمكن لفريقك استخدام قدر أكبر من الوضوح في الرؤية.

"لأن" يمكن أن تساعدك على البيع

الناس لا يشترون ما تفعله. يشترون لماذا تفعل ذلك. الهدف ليس التعامل مع كل من يحتاج إلى ما لديك. الهدف هو التعامل مع الأشخاص الذين يؤمنون بما تؤمن به.

-سيمون سينك ، مؤلف كتاب "ابدأ بالسبب"

يبني Sinek حالة أنه عندما تتواصل العلامات التجارية الضخمة الناجحة مثل Apple مع السوق ، فإنها تبدأ دائمًا بتقديم "بسبب". بدلاً من

يخبرونك عن سبب حاجتك إلى التعامل معهم ، ويخبرونك عن سبب وجودهم في العمل.

عملاء Appleموالون بشدة لأنهم يشاركون Apple"بسبب".
يجدون سمات تحدي القاعدة والتفكير بشكل مختلف داخل أنفسهم (أو يأملون في ذلك) ، ثم يشترون منتجات Apple كوسيلة للتعبير الشخصي. إنهم لا يشترون بسبب قائمة الميزات والفوائد. إنهم يشترون لدعم "لأن" يمكنهم الشعور بالرضا عنها. عند القيام بذلك ، يشعرون بالارتباط والانتماء وحتى المجتمع.

أشياء مثل الهدف والرسالة والشعور بالانتماء الاجتماعي ستدفع الناس دائمًا إلى العمل أكثر من قائمة الميزات والفوائد.
هذا صحيح بسبب فسيولوجيا الدماغ البشري.

القشرة المخية الحديثة للدماغ هي مقر اللغة والفكر الواعي والمنطق.
هذا هو الجزء من الدماغ الذي تستهدفه معظم عروض المبيعات. ومع ذلك ، فإن الجهاز الحوفي للدماغ مسؤول عن الاستجابات العاطفية والسلوكيات واتخاذ القرارات. كيف تستهدف ذلك؟ بسيط -أخبر الجميع بـ "لأن" والأشخاص الذين يشاركونك نفس "لأن" سوف يتدفقون عليك ، وسوف يثقون بك ، وسيشترون منك.

يمكنك كسب نجاح الأعمال من خلال كونك الأفضل أو الأسرع أو الأرخص ،
وستتعرض دائمًا لخطر التعرض للطرق من أعلى التل من قبل شخص آخر. أو يمكنك تحقيق النجاح في العمل من خلال إيجاد وقيادة مجموعة من الأشخاص الذين يشاركونك "لأن" ، ولن ترغب أبدًا في أي شيء لبقية حياتك.

لمحة سريعة "لأننا"

- "لأن" أمر سحري لأنه يلبي حاجة الدماغ للربط بين السبب والنتيجة.
- لا تحتاج كلمة "لأن" دائمًا إلى سبب منطقي أو مقنع وراءها حتى تكون فعالة ، إلا إذا كنت ترغب في تحفيز شخص ما لإكمال مهام مهمة أو معقدة.
- الأسباب الستة الأكثر إلحاحًا هي: "الحاجة إلى" ، "يجب" ، "الرغبة في" ، "الاختيار" ، "الحب إلى" ، "الاستدعاء".
- الأسباب أقل إقناعًا للآخرين إذا كنت لا تصدقها بنفسك.
- عندما تكون المقاومة موجودة ، جرب ABT(تقنية متطورة).
- القادة -تأكد من أن أعضاء فريقك يفهمون "لأن" المنظمة بالإضافة إلى "لأن" الخاصة بهم.
- مندوبو المبيعات -الناس لا يشترون ما تفعله ، بل يشترون سبب قيامك به.
بث "لأن" الخاصة بك بحرية إلى العالم ، وابدأ في الجذب

العملاء المخلصين والعملاء الذين يشاركونها.

أسماؤهم

كان أحد أغنى الرجال في أمريكا يحرق يدي.
هذه لغة ساحر. هذا يعني أنني لا أستطيع هز نظرة الملياردير
بعيدًا عن الحركة السرية التي احتجت إلى القيام بها. تم الاتصال به. إذا حاولت أي شيء متستر الآن ، فقد تم ضبطي.
لقد كسرت نكتة فاترة.
لا شئ.
لحسن الحظ ، حصلت على استراحة. نادى شخص من خلفه باسمه.
"معذرة ، سيد ريدستون!"
انها عملت. كسر التعويذة. لقد خرج منها لفترة وجيزة واغتنمت فرصتي. لقد أتت سنوات التدريب ثمارها ، ونفذت هذه الخطوة بسرعة -مع العلم أنه لن يلاحظ أن أي شيء قد تغير عندما استعاد تركيزه. (هذه ظاهرة تُعرف باسم "تغيير العمى". نحن السحرة نستفيد من هذا الخلل في الملاحظة طوال الوقت). وانقطع باقي روتيني دون حدوث أي عوائق.
ضحك ، تصفيق ، وكنت على الطاولة التالية.

في حالة تجربتي مع السيد ريدستون ، كان تأثير سماع اسمه واضحًا. لكن لماذا حدث هذا؟ والأهم من ذلك ، كيف يمكنك استخدام قوة الأسماء بشكل استراتيجي مع زملاء العمل والموظفين والرؤساء؟

مستويات الاستماع

كل شيء يبدأ بكيفية معالجة دماغك للمعلومات الصوتية. طالما تعمل أذنيك ، فإنك تسمع كل شيء من حولك. كل شىء. إن مهمة دماغك هي ضبط الأشياء غير المهمة والتركيز على المهم. يمكنه تشغيل الأصوات وإيقافها حرفيًا مثل المفتاح (وهو أمر مفيد إذا كنت متزوجًا). نطلق على هذه العملية "الاهتمام".

وفقًا لعالم الأعصاب السمعي بجامعة براون سيث إس هورويتز ،

هناك ثلاثة مستويات مختلفة من انتباه الاستماع: "من أعلى إلى أسفل" هو ما نفكر فيه تقليديًا عندما يتعلق الأمر بالانتباه. يحدث هذا عندما تشارك بنشاط في الاستماع إلى شيء أو شخص ما. هذا صعب بشكل مدهش! في الواقع ، إنه لأمر مدهش أن يحدث ذلك على الإطلاق. مع كل وسائل الإلهاء والوسائط والتكنولوجيا التي تتنافس على اهتمامنا ، فلا عجب أن الاستماع هو فن يحتضر. المزيد عن هذا لاحقًا.

ثم هناك الاستجابة "من أسفل إلى أعلى" ، والتي تسمى في لغة الطالب الذي يذاكر كثيرا "الاستجابة الموجهة بالتحفيز". يحدث هذا عندما تسمع صوتًا خارج المكان ("هل هذا بانجو؟") أو عندما تسمع اسمك ينادي في مركز تسوق مزدحم. يعطي دماغك هذا النوع من الاهتمام الصوتي الأولوية على المسار من أعلى إلى أسفل. قد تكون في منتصف المحادثة (أو تحاول اكتشاف خدعة سحرية) ، لكن سماع اسمك سيطلق رد فعلك من أسفل إلى أعلى ويجذب انتباهك "بطريقة سحرية".

تعد الضوضاء الصاخبة المفاجئة أكثر أهمية لبقائك على قيد الحياة من أي صوت آخر ، ويعطيها عقلك أولوية قصوى. يبلغ طول سلسلة الخلايا العصبية بين أذنيك والعمود الفقري خمس خلايا عصبية فقط ، ولا يستغرق جسمك سوى عُشر ثانية حتى يبدأ في الاستجابة لضوضاء عالية مفاجئة. يستغرق عقلك أكثر من نصف ثانية ليبدأ في تكوين إطار للإدراك. هذا يفسر سبب قفزك قبل أن تدرك بوعي أنك سمعت شيئًا ما. من المحتمل أن تكون قد مررت بهذه التجربة إذا شاهدت فيلمًا رعبًا -على الرغم من بذل قصارى جهدك للتحكم فيه. قد نجد طريقة للاستفادة من هذا المستوى الثالث ، "الاستجابة المفاجئة" لاحقًا. في الوقت الحالي ، دعنا نتمسك بالأسماء.

أحلى صوت

من خلال ورقتهم المعنونة ببراعة "لماذا تبيع سوزي الصدف على شاطئ البحر: الغرور الضمني وقرارات الحياة الرئيسية ،" بريت دبليو بيلهام ، ماثيو سي.
يشير كل من Mirenbergو John T. Jonesمن جامعة ولاية نيويورك في بافلو إلى أنه "قد يكون هناك الكثير في الاسم أكثر مما يدركه معظم الناس"
لقد تمكنوا من إظهار ارتباط مذهل بين أسماء الأشخاص والقرارات التي يتخذونها. احصل على هذا: إذا كان اسمك كاثي ، فمن المرجح أن تتوق إلى كوكاكولا ، ولكن إذا كان اسمك بيتر ، فمن المحتمل أنك تفضل بيبسي -من الناحية الإحصائية ، بالطبع.

هذا "تأثير حرف الاسم" ليس شيئًا جديدًا ، وقد تم عرضه بالفعل

التأثير على القرارات الصغيرة في أشخاص من أربعة عشر دولة مختلفة على الأقل.
ما يجعل هذه الورقة خاصة هو أن المؤلفين كانوا قادرين على إظهار أننا في الواقع نسمح للأحرف الموجودة في أسمائنا بالتأثير على قرارات حياتنا الرئيسية أيضًا ، مثل مكان شراء منزل أو نوع المهنة التي يجب متابعتها.

على سبيل المثال ، وجدوا أنه إذا كان اسمك دينيس ، فمن المرجح أن تصبح طبيب أسنان ويقل احتمال أن تصبح محاميًا -ببساطة لأن "دينيس" تشارك حروفًا مع "طبيب أسنان" أكثر من "محامي". ولهذا السبب أيضًا يدير هاري متجرًا للأجهزة بينما يقوم رودني بعمل الأسقف. قد يفسر حتى سبب عيشي في تونتون و (ر) كل (ط) نفلان و (م) تحفيز.

من المغري تفسير هذا بعيدًا على أنه مجرد مصادفة ، لكن هذا التأثير سائد بشكل مدهش. من بين قائمة النتائج المثيرة للإعجاب حقيقة أن ولاية فرجينيا تضم 30في المائة عددًا أكبر من السكان المسماة فرجينيا مما يجب أن تشير إليه الإحصائيات ، وقد حصلت لويزيانا على 47في المائة من الرجال الذين يُطلق عليهم اسم لويس أكثر مما ينبغي ، وهناك نسبة 88في المائة من الأشخاص الذين يطلق عليهم اسم جورجيا يعيشون في ولاية جورجيا مما يمكن توقعه بنسب نسبية.

على الرغم من صعوبة تصديق أن خياراتنا قد تتأثر بأي شيء بخلاف إرادتنا الحرة ، فلا أحد ينكر أن تأثير حرف الاسم حقيقي للغاية. وفقًا لبيلهام وآخرون: "نظرًا لأن معظم الناس لديهم ارتباطات إيجابية عن أنفسهم ، فإن معظم الناس يفضلون الأشياء المرتبطة بالذات (على سبيل المثال ، الأحرف في اسم الشخص)."

حدس ديل كارنيجي هذا في كتابه الكلاسيكي "كيف تكسب الأصدقاء وتؤثر في الناس "عندما كتب: "تذكر أن اسم الشخص بالنسبة لذلك الشخص هو أحلى صوت وأهم صوت في أي لغة."

كما اتضح ، فإن الاسم أكثر سحراً مما كان يعتقد. دعنا نتعلم كيف
لوضع بعض من هذا السحر في الاستخدام الجيد.

باستخدام الأسماء بحكمة -الجزء :1متى أنت
تريد شراء في

هذه تقنية مهمة بشكل خاص للمديرين والقادة من أجل جعل فريقهم يشعر بالتقدير. لا يترك الناس وظائفهم لأنهم لا يكسبون ما يكفي من المال. في كثير من الأحيان ، يترك الناس وظائفهم لأنهم يشعرون بعدم التقدير. تأكد من أن كل عضو في فريقك يشعر بالتقدير والأهمية. لاحظ أنني لم أقل ، "أخبر كل عضو في فريقك بأنهم مهمون ومُهمّون." وبدلاً من ذلك ، قلت لهم ، تأكد من أنهم يشعرون بالتقدير والأهمية.

يجب أن يعرفوا أنك تراهم كأفراد وليس مجرد رقم. معدل الدوران مكلف للغاية بحيث لا يفسد هذا الأمر.

عندما يكون لدى الناس المزيد من المدخلات فيما يجري في أماكن عملهم ، فإنهم يميلون
للإبلاغ عن رضاء وظيفي أعلى مما لو لم يكن لهم رأي في هذه المسألة.
بسيط ، أليس كذلك؟
الأمر ليس بهذه البساطة عندما يكون لديك أعضاء في فريقك انطوائيون. بطبيعتهم ، لا يحب الانطوائيون مشاركة مشاعرهم أو آرائهم كثيرًا. هل حاولت يومًا طرح الأسئلة على الغرفة أثناء الاجتماع؟ إذا كانت لديك غرفة مليئة بالانطوائيين ، فستكون الغرفة صامتة بينما ينتظر الجميع حتى يتحدث الآخرون. إذا كان هناك واحد أو اثنان من المنفتحين ، فسوف يتولون زمام الأمور بينما الانطوائيون يغمغمون بصمت ويشكون لأنفسهم. إذا استمر هذا في الحدوث ، فقد يشعر الانطوائيون أن وجودهم في الفريق ليس بهذه الأهمية.

هذا يعني أنه عليك أن تكون استباقيًا في السعي دائمًا لاتخاذ القرار بالإجماع. من أجل جعل الجميع يشعرون بأهميتهم ، عليك أن تقدر رأي الجميع على قدم المساواة ، حتى لو لم يكونوا صريحين بشأن مشاركته. ليس الأمر سهلاً دائمًا ، لكن اتخاذ القرار بالإجماع يجعل الفرق أقوى بكثير مع مستويات أعلى من مشاركة الموظفين. تذكر أن كل شخص يحتاج إلى الشعور بنفس القدر من الأهمية والتقدير كبقية أعضاء الفريق. للقيام بذلك ، سيتعين عليك الحصول على مدخلات من الانطوائيين لديك ، وهذا يبدو سهلاً مثل عصر الماء من الصخرة. لحسن الحظ ، لدي بعض النصائح لك.

أولاً ، اتصل بالانطوائيين بالاسم. وببساطة ، ستؤدي دعوة تعليقاتهم مباشرة في كثير من الأحيان إلى حل المشكلة.
ومع ذلك ، إذا كان كل ما تحصل عليه هو هز كتفيك ، فقد يكون الوقت قد حان للقاء الشخص الانطوائي على حدة لمناقشة شعوره تجاه الاجتماع الأخير. إذا كان كل ما تحصل عليه خلال الاجتماع هو هز كتفي وبعضها غير مفهوم

يتمتم ، ثم حاول دعوته لإرسال بريد إلكتروني إليك. عادة ما يكون من المريح أكثر للانطوائيين مشاركة أفكارهم كتابةً بدلاً من مشاركة أفكارهم بشكل شخصي.

(إذا كنت لا تزال لا تحصل على رد بعد كل ذلك ، فقد حان الوقت لتجربة الكلمة السحرية "إذا" -والتي سيتم عرضها في فصل قادم.)

على الأقل ، حتى لو لم تحصل على أي مدخلات من أحد أعضاء الفريق ، فإن حقيقة أنك بذلت قصارى جهدك للوصول إليهم على وجه التحديد (وبالاسم) تظهر أسلوب قيادة ملتزم باتخاذ القرار بالإجماع.

إنه يظهر أنك تقدر الجميع ، وهذا يقطع شوطًا طويلاً.

باستخدام الأسماء بحكمة -الجزء :2متى

عواطفهم تطول

في المرة الأخرى التي يكون من المفيد فيها استخدام اسم شخص ما استخدام أسلوب نفسي بسيط يسمى "مقاطعة النمط".

تخيل أنك تدعو أحد أعضاء الفريق إلى مكتبك من أجل لقاء واحد لواحد. دعونا
تخيل أيضًا أن الغرض من هذا الاجتماع هو إبلاغه أن أدائه ليس في المكان الذي يجب أن يكون فيه. ليس من السهل أن يسمعه. ربما لا يتعين عليك تخيل ما يحدث في هذا الموقف عندما تسيطر عواطفه ، لأنه من المحتمل أن تتذكر تجربة من حياتك الخاصة عندما "انفجر" شخص ما عليك.

جورج: هذا ثور !-بعد كل ما فعلته لهذه الشركة؟ هذا المكان سلبي جدا. لا أحد يقدر على الإطلاق ما أفعله هنا! الجميع دائمًا -(حان وقت مقاطعة النمط.)

أنت: جورج! بالطبع نحن نقدر لك. من الواضح أنه كان هناك نوع من سوء الفهم. أخبرك ماذا ، دعنا نأخذ خمس دقائق. اسمحوا لي أن أحضر عبوة من المياه الخاصة بي وسنحاول ذلك مرة أخرى.

بدأت عواطف جورج في الظهور. عندما يحدث هذا ، يميل إلى قول وفعل أشياء يندم عليها لاحقًا. مهمتك هي إعادته إلى رشده على الفور مع مقاطعة النمط. سوف يشكرك على مساعدته في تجنب موقف محرج.

إليك سبب نجاح النص أعلاه: أولاً ، استخدمت اسمه. هل سمعت يومًا باسمك ينادي في مكان مزدحم؟ يجذب انتباهك على الفور ، أليس كذلك؟ في أي وقت نسمع فيه اسمنا ، فإنه يجعلنا نركز بشكل لا مثيل له. يشير اسمنا مباشرة إلى ذلك الجزء المكيف للغاية من أدمغتنا والذي يجعلنا نتوقف وننظر ونركز على من قال ذلك -حتى لو للحظة. هذا هو رد فعل الدماغ "من أسفل إلى أعلى" الموجه بالتحفيز.

ثانيًا ، أنت لا تقول اسم جورج فقط ، بل ترفع الرهان قليلاً. أنت على وشك الصراخ. هذا يثير استجابته المذهلة ، إذا كنت ستفعل ذلك

تذكر ، يحظى بأولوية قصوى في دماغه. كن حذرًا جدًا عند الصراخ على شخص ما. أنت لا تريد أن تعطي انطباعًا خاطئًا وتبدأ مباراة صراخ. حافظ على سلامتك من خلال استخدام لغة جسد منفتحة. ارفع يديك إلى الجانب وأظهر كفيك. من المفترض أن تكون حازمًا في هذا الموقف ، لا أن تكون عدوانيًا. العدوان هو ما يحدث عندما تسمح لعواطفك بالسيطرة. الحزم هو امتلاك الثقة لتقول ما تشعر به. إنه احترام حقوقك مع احترام حقوق الآخرين أيضًا.

لذلك لا تخف من أن تكون حازمًا. عليك التأكد من أنك سمعت. لك
لا يمكن لصوت جورج أن يطغى عليه. تذكر أن هذا نمط مقاطعة. لا تقلق بشأن مقاطعة جورج والدوس على أصابع قدميه قليلاً. في الواقع ، هذا نوع من الفكرة بأكملها. فقط تأكد من أنها تمت بالحب وستكون بخير. بالإضافة إلى الصراخ ، فإن الاضطراب البصري مفيد في منحك مزيدًا من الوقت والاهتمام لما ستقوله بعد ذلك. يبدو أن التلويح بيديك ببطء ذهابًا وإيابًا يؤدي إلى الحيلة.

الآن بعد أن استخدمت الكلمة السحرية لجذب انتباه جورج ، دعنا نحصل على قيمة أموالك. اختر كلماتك التالية (والألفاظ غير اللفظية) بعناية.
انتقل إلى قلب المشكلة وطمئن مشاعر جورج بشيء مثل: "بالطبع نحن نقدر لك!" تأكد من أن تكون صادقًا هنا.

حتى إذا كنت لا تقدر جورج ، فهناك دائمًا شيء يمكنك قوله إنه صحيح ، مثل: "من الواضح أنه كان هناك نوع من سوء الفهم" أو "من الواضح أنني لا أتواصل بشكل فعال كما أريد." هذا ما نسميه بداية من مكان اتفاق ، وهو ضروري إذا كنت تريد تجنب الرقص الخطير الذي كنت أنت وجورج على وشك الدخول فيه.

(ملاحظة: راجع الفصل الخاص بـ "نعم" للحصول على مزيد من الطرق لوضع الناس بسرعة في حالة مقبولة.)

بعد معالجة المشاعر الأساسية ، دعنا نتراجع قليلاً عن دواسة الوقود. قم بخفض مستوى الصوت كوسيلة لنمذجة السلوك الذي تريد رؤيته في جورج. هذه تقنية قوية تستفيد من اكتشاف حديث إلى حد ما في علم الأعصاب: الخلايا العصبية المرآتية. يُعتقد أن الخلايا العصبية المرآتية مسؤولة جزئيًا على الأقل عن سلوك القرد الذي يرى القرد عند البشر. عندما ترى شخصًا يتثاءب ، فمن المحتمل أن تتثاءب. إذا رأيتني أقضم ليمونة ، فإن فمك يسيل. إذا شاهدت فيلم رعب وغطت العناكب شخصًا ما ، فستشعر بها وهي تزحف على رقبتك . نحن مخلوقات اجتماعية بشكل لا يصدق ، والدماغ يقوم بعمل رائع في جعلنا نشعر بالارتباط ببعضنا البعض. لذلك عندما تتراجع عن مستوى شدتك ، من المرجح أن يفعل جورج الشيء نفسه على جسده ، بسبب سمة العدوى العاطفية للدماغ البشري.

أخيرًا ، اقترح استراحة قصيرة مع السماح لجورج بحفظ ماء الوجه. "أخبرك بماذا ، لنأخذ خمس دقائق. اسمحوا لي أن أحضر عبوة من المياه الخاصة بي وسنحاول ذلك مرة أخرى ."الفاصل هو في الواقع أكثر من مجرد اقتراح. إنه يحدث ، ولن يسحبك جورج مرة أخرى إلى المناقشة حتى يتوفر لكما الوقت لتصفية ذهنك. لذا ، قل عبارة "أخبرك ماذا ، دعنا نأخذ خمس دقائق" بسلوك هادئ (سلوك نمذجة). ثم استيقظ جسديًا وابدأ الاستعداد للاستراحة (كما لو أن الاستراحة قد بدأت بالفعل) بينما تقول السطر "دعني أحضر عبوة من الماء وسنحاول ذلك مرة أخرى." الآن لا يستطيع جورج العودة بشيء مثل "لست بحاجة إلى استراحة" ، لأن الاستراحة قد بدأت بالفعل وهي لك ، وليس له! لاحظ أيضًا استخدام كلمات مثل "دعونا" و "نحن". تسمح ضمائر الجمع لجورج بحفظ ماء الوجه ، لأنك لا تشير بإصبعك وتتهمه بأي شيء. بدلاً من ذلك ، إنه موقف أنتما فيهما معًا.

ها هي الخطوات:

.1استخدم الكلمة السحرية رقم 4(اسمهم) بصوت عالٍ وبحركات اليد.

.2طمئن القضية العاطفية الأساسية ("نحن نقدر لك!").

.3خنق القوة وصمم السلوك الذي تريده.

.4خذ استراحة.

.5اسمح لجورج بحفظ ماء الوجه.

يبدو أفضل بكثير من "جورج ، اهدأ! أنت تبالغ في رد فعلك ، "أليس كذلك؟ جربه وشاهد قوة الكلمات السحرية في العمل.

يعمل هذا النص بشكل أفضل عندما يُظهر شخص ما اندفاعًا مفاجئًا وغير معهود من العاطفة. لكن ماذا يحدث عندما لا يكون الأمر غير معهود؟ ماذا يحدث عندما يكون الغضب والصراخ هو الوضع الافتراضي لشخص ما؟ ماذا تفعل بهؤلاء الأشخاص الذين يميلون إلى شق طريقهم بأنفسهم عن طريق حرث كل شخص في طريقهم ، والذين لا يسمحون لأي شخص آخر بالحصول على كلمة متقنة ، والذين لا يعتذرون أبدًا عن فعل ذلك؟

بعد مقاطعة النمط باستخدام اسمه ، ستستخدم طريقة مختلفة قليلاً. هذا هو الموقف: رئيسك يدخل مكتبك ويأتي إليك من العدم. . .

.

مايك (رئيسك): لقد سمعت للتو عما فعلته بجورج. هو
لا يستحق هذا النوع من العلاج.

أنت: أفهم كيف يمكنك -مايك: لا ، أنت لا تفهم. لا تفهم أبدا. انت تمشي

هنا كأنك تملك المكان. لولا جورج ، لما حصلت على هذا المنصب.

أنت: إذا جئت عبر هذا الطريق ، بالتأكيد -مايك: سأخبرك شيئًا آخر: إذا حدث أي شيء

جورج. . . انت انتهيت. سأجعل حياتك جحيما.
لن تدوم أسبوعًا في هذه المنظمة عندما أوجه أنظري إليك ، هل تفهم؟

(حسنًا ، حان وقت مقاطعة النمط.)

أنت: مايك! أنت على حق. لقد تعاملت مع هذا الوضع بشكل سيء. انا
تعمل بالفعل على x وy وz لتصحيح الأمر. شكرا لاستعادة جورج على هذا.

دعونا نحلل ما حدث للتو. لقد بدأت بأسلوبك المعتاد والودي. ثم أدركت أن هذا ليس ما يحتاجه مايك منك. مايك هو رجل من النوع الذي يتعامل مع الأعمال التجارية ، وهو حازم (أكثر شبهاً بالعدوانية) ، ويفضل التواصل مع الأشخاص الحازمين الآخرين الذين يصلون إلى هذه النقطة بسرعة.

بمجرد أن ترى الميكروفونات في هذا العالم تدخل في هذا النوع من النمط ، فقد حان الوقت للمقاطعة.

أول الأشياء أولاً ، ارفع مستوى تأكيدك لمطابقة مستوى مايك. هذا لا يعني أن تحاول الصراخ عليه كما فعلت مع جورج. سيؤدي ذلك إلى شراء مباراة صراخ فقط ، وسوف يفعل مايك ذلك. . . فوز. بدلا من ذلك ، ببساطة تمسك بموقفك.
. . .
حافظ على التواصل البصري ووضعية جسد مفتوحة. استمع باهتمام دون أن تتورط عاطفياً. مهما فعلت ، لا تتراجع. لاحظ أنه عندما يبدأ مايك في مقاطعتك ، تقوم بقلب الطاولات عليه مرة أخرى. استخدم نفس خطوات جذب الانتباه التي استخدمتها مع جورج. قل اسم مايك (بصوت عالٍ ، يطابق حدته ولكن لا يتجاوزها) ، واستخدم اضطرابًا بصريًا مثل التلويح بيديك (مع إظهار راحة يدك).

ثم تقول أكثر شيء غير متوقع ممكن. (تذكر أن هذا مصمم لمقاطعة نمط ما. يجب أن يكون مختلفًا بشكل لافت للنظر.) "أنت على حق! لقد تعاملت مع هذا الموقف بشكل سيء ."(أو أيًا كان ما يتهمونك به).

هذا سيوقف مايك تمامًا في مساراته. الآن يمكنك البدء في التراجع عن شدتها. لقد أخبرته أن وجهة نظره قد تم الاستماع إليها ، وقد لفتت انتباهه بالتأكيد. بمجرد أن يعرف مايك أنه قد تم الاستماع إليه ، فإن خطوته التالية هي التأكد من القيام بشيء حيال ذلك. لذا قل له.

"أنا أعمل بالفعل على x وy وz لتصحيح الأمر."
هذا الشخص لا يحتاج إلى اعتذار منك. لا يحتاجون إلى أعذار ، أو
حتى التفسيرات. ما يريدونه هو التقدم نحو النتائج الآن.

أخيرًا ، امنح مايك فرصة لحفظ ماء الوجه. "شكرًا لك على عودة جورج إلى هذا الأمر." لدى الميكروفونات في العالم حاجة لا تصدق إلى أن تكون على حق. إذا لم تجعلهم يشعرون كما لو أنهم "فازوا" بالحجة ، فسوف يستمرون في مواجهتك حتى يشعروا أنهم قد فازوا . إذا دخلت في الحلبة معهم ، فستتأثر علاقتك طويلة الأمد. عض الرصاصة ، خذ واحدة للفريق ، واجعلهم يشعرون كما لو أنهم فازوا. لاحظ أنني لم أقل أن أستلقي وأخذها. إذا اتبعت الخطوات الموضحة أدناه ، فستكسب احترامهم. إنها أفضل طريقة لإنقاذ الموقف السيئ.

1. عقد على الأرض الخاصة بك. لا تتسامح مع مقاطعاتهم.
2. استخدم الكلمة السحرية رقم 4 (أسمائهم) أثناء مطابقة شدتها والتلويح بيديك.

3. قل ، "أنت على حق" ، وكرر بالضبط ما يتهمونك به.

4. الوصول بسرعة إلى المحصلة النهائية. ما الذي سيتم القيام به حيال
هو -هي؟
5. اسمح لمايك بحفظ ماء الوجه.

لا تنس اسمًا مرة أخرى

على الرغم من كل القيمة التي يجلبها استخدام اسم شخص ما إلى الطاولة ، يمكنك حقًا أن تضيع وقتًا كبيرًا من خلال نسيان اسمه. تحدث عن جعلهم يشعرون وكأنهم ليسوا شخصًا مهمًا وذو قيمة! من الواضح أن هذا لا يمكن أن يحدث.

بالنسبة لأولئك الذين لديهم فرق كبيرة جدًا ، أو معدل دوران مرتفع للغاية ، أو نوبات متعددة تديرها ، أو أي سبب آخر يجعل من الصعب عليك تذكر جميع أسماء أعضاء فريقك ، فأنا أحمل أخبارًا جيدة. انه ممكن. في الواقع ، هذا أسهل مما تعتقد. عقلك شيء لا يصدق. يقال إن تشارلز إم شواب استطاع أن يتذكر جميع أسماء موظفيه الذين يزيد عددهم عن ثمانية آلاف موظف. الآن ، لا أعرف بالضبط كيف فعل ذلك ، لكنني على استعداد للمراهنة على أن الأفكار التالية المقتطفة من كتابي الإلكتروني "نصائح تحسين الذاكرة" ستساعدك على القيام بذلك أيضًا.

انتبه

يغمر العقل بالحافز عندما تقابل شخصًا لأول مرة. عقلك مشغول للغاية بتلخيص الإشارات غير اللفظية "للحصول على شعور" من هذا الشخص واتخاذ قرارات بشأن كيفية رد فعلك تجاهه.

يستغرق الأمر سبع ثوان لتكوين انطباع أول عن شخص ما. هذه معلومات كثيرة لدماغك ليقوم بها في مثل هذه الفترة القصيرة من الزمن. لا عجب أنك نسيت اسمهم بالفعل بعد دقيقة!

الحقيقة هي أنك لم تنساها. أنت فقط لم تركز عليها لتسمع بشكل صحيح في المقام الأول. حاول التعود على إجبار نفسك على الاستماع إلى اسم الشخص عندما تقابله. تتمثل الإستراتيجية الجيدة في تكييف عقلك بحيث يفكر دائمًا ، أتساءل ما هو اسمه ، كلما رأيت شخصًا لا تعرفه. هذا يولد الفضول والاهتمام داخل عقلك ، ويساعدك على الانخراط الكامل عند سماع الاسم.

كرر ، كرر ، كرر!

عندما تسمع الاسم ، قل له مرة أخرى للتأكد من أنك على صواب.
فمثلا:

ستيف: مرحبًا ، أنا ستيف.
أنت: ستيف؟ مرحبًا ستيف ، أنا __________.

لديك فرصة أفضل لتذكرها إذا سمعتها مرة وقلتها مرتين. بالإضافة إلى ذلك ، قد تجد أنك تفهم الاسم بشكل خاطئ من حين لآخر. من الأفضل اكتشاف ذلك عاجلاً وليس آجلاً. "أوه ، اسمك كريس! أنا آسف جدا لأنني كنت أتصل بك ريك على مدى السنوات الثلاث الماضية! "

التدقيق الإملائي

لا تخف من طلب تهجئة الأسماء غير المعتادة. سيسمح لك بتصور الاسم بشكل أفضل ، مما سيساعدك على التذكر. قد تعتقد أنك لست مضطرًا للقلق بشأن تهجئة اسم بسيط مثل "مات" ، ولكن ماذا لو كان "مات" بحرف "ت" واحد؟

20سؤالا

إذا لم يكن من المنطقي السؤال عن التهجئة ، فماذا عن طرح سؤال ذي صلة ، مثل "هل هذا اختصار لماثيو؟" أي شيء يمكنك التفكير فيه لتسأل عن الاسم جيد ، لأنه يجبر الدماغ على المشاركة ويخلق ذاكرة أكثر وضوحًا.

تعليق

لا تستطيع التفكير في أي أسئلة لطرحها؟ ببساطة قم بالتعليق على الاسم.
"أوه ، اسم ابن عمي هو بيث." يجبرك هذا على الرجوع إلى هذا الاسم من خلال قاعدة بياناتك العقلية وتشكيل رابط إلى شخص تعرفه بالفعل.

استفد من الصدفة

إذا كان اسمها Joanوهي فنانة ، فتذكر فقط "Joan of Art."إذا كانت تمتلك بارًا واسمها "مارغريتا" ، فهذه فرصة مثالية لهذه التقنية. لا يحدث هذا دائمًا بالطبع ، ولكن عندما يحدث ، تأكد من الاستفادة.

ذات مرة كنت في جلسة تصوير وكان المصور يدعى ديفيد كامرمان. يبدو الكثير مثل "المصور" ، أليس كذلك؟ حتى أنني استخدمت طريقة 20سؤالًا المذكورة سابقًا. . .
"لذا علي فقط أن أسأل ، هل هذا هو اسمك
الحقيقي؟" (نعم ، كان كذلك.) "هل يفيد اسم كهذا عملك؟"
(نعم إنها كذلك.)

ألقاب مضحكة

إذا قابلت رجلاً نحيفًا جدًا وعرّف عن نفسه على أنه جيم ، فيمكنك أن تتذكره على أنه "سليم جيم". إذا كان اسمه توني ، فيمكنك أن تتذكره باسم "بوني توني".

لا ينبغي أن يكون هذا صعبًا جدًا بالنسبة للكثيرين منا. لقد ابتكرنا ألقابًا مسيئة للناس منذ المدرسة الابتدائية.

في الحقيقة ، لا يجب أن يكونوا مسيئين. يمكن أن يكون "Manly Stanley"أو "Awesome Al."فقط تأكد من أنها واضحة ولا تنسى.

إما أن تستعمله أو ستخسره

اعتد على استخدام أسماء الأشخاص طوال فترة محادثاتك. هناك الكثير من الفرص للقيام بذلك. على سبيل المثال ، كلما اتصلت بشركة لخدمة العملاء وأجابوا "أنا آدم ، كيف يمكنني مساعدتك؟" لقد أوضحت استخدام اسم آدم طوال مكالمتنا. الشيء نفسه ينطبق على نادلة في مطعم أو عميل محتمل أو أحد معارفه الجدد.

لا تريد المبالغة في هذا بالطبع ("حسنًا ، آدم ، أنا سعيد لأنك سألت ، آدم. سأحاول شرح الموقف لك يا آدم. ("لكن ذكر اسم شخص ما خلال المحادثة أمر مقبول تمامًا ، ويخلق انطباعًا إيجابيًا.

اكتبه

من الواضح أن تدوين الملاحظات هو غش. أو هو؟ حتى إذا لم ترجع إلى الملاحظة أبدًا ، فإن مجرد كتابة اسم ما يزيد من ترسيخه في ذاكرتك.

إذا كنت تقوم بإنشاء ملف للرجوع إليه ، فتأكد من تضمين تفاصيل أخرى بالإضافة إلى اسمه فقط ، مثل المكان الذي التقيت فيه ، وما تحدثت عنه ، وما إلى ذلك.

إعادة النظر

في نهاية كل يوم ، اسأل نفسك من قابلته خلال اليوم. راجع أسمائهم للمساعدة في غرس الذاكرة في أعماق عقلك.

ذاكرة الاسم الفوتوغرافي

يواجه الدماغ صعوبة في تذكر الأسماء. لديها وقت أسهل بكثير مع الصور. لهذا السبب يمكنك دائمًا تذكر وجه ما ، لكن الاسم غالبًا ما يفلت منك.

الحل هو تحويل الاسم إلى صورة ذهنية (صورة اسم). ذات مرة لديك صورة اسم ، كل ما عليك فعله هو ربط صورة الاسم هذه بإحدى أبرز سمات الشخص. ربما لديهم أنف كبير ، وحواجب كثيفة (مثلي) ، أو عيون مذهلة.

لنفترض أنني قابلت شخصًا ما يُدعى مايك ، ومن أبرز سماته
أذنيه الكبيرتان. اسمي لصورة مايك عبارة عن ميكروفون. لذلك سوف أتخيل أن إحدى آذان مايك بها فم صغير بداخلها وهي تغني الكاريوكي في ميكروفون. الآن هناك صورة لا تُنسى! عندما ترى تلك الأذنين مرة أخرى ، لا يسعك إلا أن تظهر صورة الميكروفون تلك في ذهنك. بمجرد رؤية الصورة ، يمكنك بسهولة تحويل "ميكروفون" صورة الاسم مرة أخرى إلى مايك.

ربما تمتلك شيرلي أنفًا فريدًا من نوعه. اسمي لصورة شيرلي هو مشروب شيرلي تمبل. لذلك كنت أتخيل شيرلي تعطس وزجاجًا مليئًا بمعبد شيرلي يطير من أنفها.

يسهل تذكر الصور إذا كانت مليئة بالإثارة أو سخيفة أو مشحونة عاطفياً. إذا حاولت أن تتذكر اسم هيذر وكانت ميزتها البارزة هي أن لديها "يد رجل" ، فلا تتخيلها تلتقط ريشة بيديها. لا يوجد شيء مميز في ذلك. الناس يختارون الأشياء كل يوم. سيصنف الدماغ ذلك في فئة "الممل" ولن يكلف نفسه عناء تذكره. بدلًا من ذلك ، تخيل "يديها الرجالية" على أنها رجولية جدًا لدرجة أنها تنبت الشعر من مفاصل الأصابع. ليس فقط أي نوع من الشعر. . . الريش!

مزعج؟ نعم. لا تنسى؟ قطعاً.
ربما تكون هذه هي الطريقة الوحيدة الأفضل لتذكر الأسماء. لكن التحدي يكمن في إنشاء قاعدة بيانات لصور الأسماء في عقلك. لا تخف ، لدي بعض النصائح لك!

ابدأ بإنشاء عشر صور أسماء في اليوم. فكر في كل شخص تعرفه وقم بإنشاء صورة اسم لكل من أسمائهم. بعد أسبوعين من ذلك ، سيكون لديك ما يقرب من 150صورة اسم لاستخدامها. لا تخطي هذه الخطوة. بدون قاعدة بيانات جيدة الحجم لصور الأسماء ، ستكون هذه التقنية محبطة لك.

فيما يلي قائمة بالصور التي قمت بإنشائها لأكثر خمسين اسمًا شائعًا في أمريكا لتبدأ بها. سأبدأ بأكثر خمسة وعشرين اسمًا من أسماء الذكور شيوعًا ، وبعد ذلك سأقدم لك أكثر خمسة وعشرين اسمًا من الأسماء الأنثوية شيوعًا. ضع في اعتبارك أن صور الأسماء التي أعددتها هنا قد تعمل أو لا تناسبك.

بعضها عبارة عن ارتباطات طبيعية بالنسبة لي بناءً على تجارب حياتي الخاصة.

ذكر اسم-صور

جيمس (جيم) -سليم جيم
جون -مرحاض (أعتذر لأي شخص اسمه جون)
روبرت (بوب) -عوامة تتمايل على سطح الماء

مايكل (مايك) -ميكروفون ويليام (بيل) -فاتورة دولار ديفيد -تمثال ريتشارد -أنا متأكد من أنه يمكنك التفكير في شيء لهذا تشارلز -نهر (أنا من بوسطن)

جوزيف (جو) -فنجان قهوة من توماس (توم) -أسطوانة كريستوفر (كريس) -حرف "X" (مثل التقاطع)

دانيال (دان) -أسد (عرين الأسد)
بول -الكرة المرتدة مارك -كدمة (كما في ، "هذا سيترك علامة!")

دونالد -بطة جورج -جورج كينيث (كين) -دجاجة ستيفن (ستيف) -موقد إدوارد (إد) -سرير بريان -دماغ رونالد (رون) -رجل يدير أنطوني (توني) -هيكل عظمي (بوني) توني)

كيفن -الرقم سبعة جايسون -رجل مطارد (مطاردة)

ماتيو (مات) -سجادة ترحيب

صور اسم انثى

ماري -مريم العذراء باتريشيا (بات) -مضرب بيسبول ليندا -تاج الجمال (ليندا تعني "جميلة" بالإسبانية)

باربرا -سياج من الأسلاك الشائكة إليزابيث -فأس (ليزي بوردن)

جينيفر -قلب (جينيفر لوف هيويت)
ماريا -فستان زفاف (مثل ، "سأتزوجك")
سوزان -زوج من الجوارب (تبدو سوزان مثل "أحذية و.")
مارغريت (الوتد) -ساق القراصنة الوتد ، دورثي (نقطة) -حلوى النقاط ليزا -الموناليزا

نانسي -بنطلون
كارين -جزرة

BETTY - شريحة بوكر
هيلين -شيطان

ساندرا (ساندي) -الشاطئ

DONNA - بطة (مثل ، دونالد)

كارول -أجراس ("كارول أوف ذا بيلز")
روث -سقف

SHARON - طفلة صغيرة ترتدي نوبة لأنها لا تريد ذلك
شارك

ميشيل -صاروخ - LAURA "هالة"

سارة -بوم بومس المشجع (rah-rah!)

كيمبرلي -امرأة قوية البنية تدعى كيم ديبورا -حمالة صدر

هناك طريقة رائعة لممارسة هذه التقنية وهي القفز على Facebook والبدء في تصفح الملفات الشخصية. سيكون لديك عدد لا نهائي من الأسماء والوجوه التي يمكنك من خلالها إنشاء صور الأسماء والجمعيات.

لمحة سريعة عن اسمهم

- يعطي الدماغ الأولوية للصوت في ثلاثة "مستويات استماع" مختلفة. يعتبر التحدث باسم شخص ما أمرًا سحريًا لأنه يخترق المستوى الأول ويصل إلى المستوى الثاني الأكثر أهمية. هذا يسترعي انتباههم مؤقتًا.

- إن مخاطبة الأشخاص بالاسم أمر سحري أيضًا لأنه يجعلهم يشعرون بأهميتهم وأهميتهم.

- يعتبر اسم الشخص مهمًا جدًا بالنسبة له لدرجة أن الأحرف التي يحتوي عليها (خاصة الحرف الأول منها) يمكن أن يكون لها تأثير كبير على العديد من الخيارات التي يتخذها الشخص.

- الاسم هو جزء أساسي من تقنية مقاطعة النمط التي يمكن استخدامها لاستعادة السيطرة عندما تسيطر مشاعر شخص ما.
- نسيان اسم شخص ما له آثار سلبية قوية. استخدم النصائح الواردة في هذا الفصل حتى لا تنسى الاسم مرة أخرى.

"إذا"

كنت في منتصف ندوة الإدارة عندما قاطعني رجل. قال: "لقد حاولت ذلك ، لكنها لم تنجح".

توقفت ونظرت في طريقه. أنا في الواقع أحب ذلك عندما يكون الناس في ندوتي
تطرح الغرف أسئلة صعبة ، وكان هذا سيوفر تجربة مثالية.
"ماذا حدث؟"
"حسنًا ، لقد استمعت إلى الشكوى التافهة لموظفي -بأدب -وعندما كان
سألته بصراحة ، "ماذا تظن أننا يجب أن نفعل حيال ذلك؟" تمامًا كما اقترحت ."

"و . . . ؟ "

"ولم تنجح. حدق بي بهدوء وقال: لا أعرف. لهذا السبب جئت اليك. ماذا يفترض أن أقول لذلك؟ "

"استخدم كلمة سحرية!" للتوضيح ، انتقلت بنفسي إلى حالتي ، حيث أنا
أنتج مجموعة أوراق اللعب. أشرت إلى سيدة نحو الأمام وقلت ، "بطاقة واحدة مقلوبة في هذه المجموعة. هل تعرف
أي واحد هو؟ "
"أنا؟" ضحكت. "لا يوجد فكرة."
"حسنًا ، ماذا ستقول إذا كنت تعلم؟"
"آه ، الثمانية البستوني؟"
"حسنًا ، هذا غريب."
فتحت الصندوق ، ووزعت البطاقات ، وبالتأكيد ، في المنتصف ، كانت هناك بطاقة واحدة معكوسة ، وظهرها الأزرق
يقف بشكل صارخ على بقية بطاقات الوجه. لقد دعوتها إلى قلبها وأظهر للجميع أنها كانت بالفعل ثمانية بستوني.

لقد ربطتهم. بعد أن استقر رد الفعل الأولي من المجموعة ، استفدت من الإثارة والطاقة في الوقت الحالي وقدمت نقطتي الرئيسية.

"أحيانًا في الحياة يعرف الناس الإجابة ، لكنهم فقط لا يعرفون أنهم يعرفون. ربما يعرفون بالضبط ما يشعرون به ، لكنهم يخشون جدًا أن يقولوا ذلك بصوت عالٍ. كنت تعتقد أنه ليس لديك فكرة عن ماهية البطاقة حتى سألتك

السؤال "ماذا كنت ستقول إذا كنت تعرف؟" هذا السؤال لا معنى له! ولكن كانت الكلمة السحرية "إذا" هي التي سمحت لك بالتفكير افتراضيًا. لقد أزال كل الضغط الذي كان يمنعك من الرد علي في المرة الأولى. لقد كانت خدعتي السحرية هي التي سمحت لك بتخمين الإجابة الصحيحة ، ولكن كانت الكلمة السحرية "إذا" هي التي سمحت لك بالتخمين على الإطلاق ."

نظرت إلى الرجل الذي يعاني من حالة الشكوى المزمنة. "كلما كان
أي شخص يقول ، "لا أعرف" ، حاول أن تسأل ، "ماذا ستقول إذا كنت تعلم؟" ستندهش من عدد المرات التي تجعلهم ينفتحون ."

الوجوه الأربعة لعلم النفس

مقاومة

في كثير من الأحيان ، يمكن تلخيص ما نحاول القيام به في اتصالاتنا مع الآخرين في كلمة واحدة: "التأثير". نريد التأثير على العملاء للشراء.
نريد التأثير على الرئيس لمنحنا علاوة. نريد التأثير على موظفينا ليكونوا أكثر تحفيزًا وإنتاجية.

المشكلة الوحيدة هي أن لا أحد يريد أن يتأثر.
نشعر جميعًا بدافع مقنع لممارسة الإرادة الحرة في خياراتنا وأفعالنا. لذلك اعتمدنا سلسلة من تقنيات المقاومة النفسية للدفاع ضد قوى الإقناع. ونحن بخير . أكثر من أي وقت مضى ، أصبحت عضلات المقاومة منتفخة وعرقة لأننا نقاوم آلاف الرسائل الإعلانية كل يوم. إذا كنت لا تعرف كيف تقول لا في عالم اليوم ، فسوف تنهار يوم الأربعاء.

في دراسة مذهلة قام بها ماثيو تي كروفورد ، ألين ر.
لويس وستيفن ج.شيرمان ، تم تقديم فريقين متطابقين لكرة القدم للمقامرة على المشاركين. عندما قال مشارك آخر (في الواقع نبات من قبل الباحثين) ، "عليك بالتأكيد اختيار فريق ، "______شرع المشاركون في اختيار فريق OPPOSITEبنسبة هائلة بلغت 76.5 بالمائة من الوقت! هذه هي قوة علم النفس العكسي في العمل.

في كتابهم "المقاومة والإقناع" ، يطرح إريك نولز وجاي لين حلاً لنفور الناس العميق من التأثر:

تقنع كلاب المقاومة بالطريقة التي يحبط بها الاحتكاك الحركة.
لتحقيق هذا الأخير ، عليك أن تتوقع ، ويفضل أن تدير الأول. من المنطقي أن أولئك الذين يرغبون في ذلك

يجب أن يسعى فهم الإقناع أيضًا إلى فهم طبيعة وعمل مقاومة الإقناع.

استمروا في تحديد أربعة حواجز مقاومة. كما اتضح ، فإن كلمة "إذا"
يمكن أن تساعد في تحطيم كل منها بطريقة سحرية.
لنفترض أن شخصًا ما يحاول بيعك تأمينًا على الحياة. إن بوليصة التأمين على الحياة هذه في مصلحتك ، لكن وجوه
المقاومة الأربعة تهدد بمنعك من اتخاذ قرار جيد.

مندوب مبيعات عظيم سيفعل شيئين. أولاً ، سيحددون ما إذا كان منتجهم
هو الحل الأمثل لك. ثانيًا ، إذا كان الأمر كذلك (وفقط إذا) ، فسوف يساعدونك في التغلب على المقاومة
قصيرة المدى حتى تتمكن من الاستمتاع بالمزايا طويلة الأجل.
يعرف مندوب المبيعات بالفعل أن خطة التأمين على الحياة هذه مناسبة تمامًا له
أنت. ومع ذلك ، أنت على وشك أن تكون عميلًا صعبًا.
"مرحبًا ، هل فكرت في شراء المزيد من التأمين على الحياة؟ أعتقد أن السياسة Xستكون مناسبة جدًا لك! "

آه ، لقد جاء إليك بالبيع الصعب. عندما يحدث ذلك ، فإن الوجه الأول لـ. وجه.

أ ٠٠ المقاومة تبدو قبيحة. . .

"توقف عن محاولة بيعي التأمين على الحياة الذي لا أحتاجه!"
أنت تشعر بالضغط. لقد أدركت أنه يتم بيعك وأنت تحفر في كعبك. وهذا ما يسمى بوجه المقاومة "المفاعلة".

تشعر وكأنك مدفوع ، لذا فأنت تدفع للخلف. بمجرد أن تكون في وضع التفكير هذا ، بغض النظر عن النهج الذي يتبعونه ، فلن تتزحزح.
إذا حاول مندوب المبيعات استخدام الكلمة السحرية "إذا" وخلق حالة افتراضية غير مهددة ، فقد تكون الأمور
مختلفة. هذا ما قد قاله:

"إذا جاء إلي شخص في وضعك بالضبط ، فإنني أوصي بالسياسة ".X

يبدو غير مؤذ ، أليس كذلك؟ إنه لا ينصحك بأي شيء بشكل مباشر. إنه لشخص خيالي آخر. "إذا" فتحت للتو بابًا
كان من الممكن أن يغلق وجه المقاومة "المفاعلة" على الفور.

لسوء حظك ، لن تسمح لك مقاومتك برؤية الصفقة الكبيرة أمامك مباشرةً. هنا يأتي الوجه التالي للمقاومة -"عدم الثقة".

"حسنًا ، هذا فقط لأنك تكسب عمولة من الدهون! جميع مندوبي المبيعات
فقط لخداع الناس ."
هذا بالتأكيد مفهوم. هناك بعض مندوبي المبيعات الذين لديهم
دوافع خفية. قد يقول البعض حتى أن غالبية مندوبي المبيعات يركزون فقط على العمولة. لا أعرف الأرقام الدقيقة ، لكني
أعرف ذلك

—ليست 100بالمائة. هناك احتمال أن يكون هذا البائع بعينه يحاول فقط أن يكون مفيدًا. (هناك حقًا!)

يميل وجه عدم الثقة إلى الظهور بشكل مطلق. "كل مندوبي المبيعات فقط
"out to rip people off"مثال ممتاز لهذا النوع من العبارات الشاملة.
بعض الأمثلة الأخرى هي: "كل الرجال كلاب" ، "كل السياسيين كاذبون" ، "كل المحامين غرويون."

إن كلمة "إذا" السحرية تدفع الناس بعيدًا عن منطقة الخطر المطلق وتعود إلى وجهة نظر أكثر واقعية. إليك كيف يمكن لمندوب المبيعات الصادق استخدام بعض "إجابة" لمساعدتك في التغلب على عدم ثقتك:

"نعم ، من المؤكد أن بعض مندوبي المبيعات يخرجون لخداعك. مررت بهم بنفسي. لدينا جميعا. ولكن ماذا لو كان هناك علاج حقيقي للسرطان؟ إذا أردنا إخبار الناس بذلك ، فسيتعين علينا "بيع" الفكرة. هل هذا يعني أننا نحاول نصب الناس؟ بالطبع لا. الآن ، لنكن صادقين ، السياسة Xليست علاجًا للسرطان ، ولكن ماذا لو كانت هي العلاج لمشكلة التأمين على حياتك؟ "

عمل جيد ، رجل مبيعات التأمين على الحياة! لقد تجاوزك مرحلة عدم الثقة ،
لكنك لم تنته من القتال بعد.
"يمكن. أنا لست متأكدًا من السعر ."(أو أي اعتراضات أخرى قد تكون لديكم.)

أدخل الوجه الثالث للمقاومة. هذا هو وقت عملية اتخاذ القرار عندما تزن جميع الإيجابيات والسلبيات بشكل أكثر تفكيرًا وشمولية. أثناء مناقشة تفاصيل السياسة Xمع مندوب المبيعات الصادق ، يتم تقدير نقاط القوة فيها ، ولكن يتم إبراز نقاط الضعف أيضًا. إن نقاط الضعف هذه هي التي يمكن أن تخلق مواجهة مقاومة نفسية تُعرف باسم "التدقيق". لدى Scrutinyفرصة مشروعة لإفساد هذا الأمر من أجلك.

لحسن الحظ ، تم تجهيز مندوب المبيعات الصادق مرة أخرى بكلمة سحرية "إذا".

"إذا كان بإمكاني أن أوضح لك طريقة للحصول على الفوائد الكاملة للسياسة Xمقابل
سعر معقول للغاية ، هل ستفعل ذلك؟ "
هذا الخط المعين فعال للغاية لدرجة أنه حتى مندوبي المبيعات غير الشرفاء ينجحون معه. إذا كنت توافق على ذلك ، فأنت ملتزم إلى حد كبير. إذا قلت لا الآن ، فأنت فقط لا تتفق مع نفسك. مرة أخرى ، من الأسهل قول نعم لأنها جملة افتراضية فقط. ليس هناك وزن ثقيل للواقع حتى الآن.

في هذه المرحلة ، تم التغلب على ثلاثة وجوه للمقاومة. إنها مسألة بسيطة لمندوب المبيعات الصادق الخاص بك لتوضيح الحقائق والسماح لك باتخاذ القرار الأفضل. ومع ذلك ، على الرغم من وجودكما الآن بشكل أساسي

الاتفاق حول السياسة ، Xلا يزال لديك وجه واحد من المقاومة لتتجاوزه إذا كنت ستستمتع بوثيقة تأمين فائقة الجودة على الحياة بسعر أعلى. إذا لم يتخطك مندوب المبيعات الصادق هذا ، فسيخذلك.

ستضطر إلى الاستقرار في المرتبة الثانية.

إنها المقاومة التي يسميها نولز ولين بـ "القصور الذاتي".

أصعب شيء على الإنسان فعله هو عدم التسلق
جبل ايفرست. إنها ليست تربية طفل. إنه لا يخلق أعمال فنية جميلة.

يخبرنا علماء النفس أن أصعب شيء على الإنسان فعله هو تغيير أنماط سلوكه. نحن نكره التغيير.

لهذا السبب نحتفظ باشتراكات مجلتنا لفترة طويلة بعد توقفنا عن قراءة الأعداد. هذا هو سبب نسيان قرارات السنة الجديدة بحلول 3 يناير. وهذا هو السبب أيضًا في أننا نقول لمندوب مبيعات التأمين على الحياة ، "يبدو رائعًا. سأعود إليك بشأن هذا الأسبوع المقبل -"ثم لا تفعل ذلك أبدًا.

القصور الذاتي هو الهوة بين الموافقة على فعل شيء ما والقيام به في الواقع.

خمن كيف سيخلصك مندوب المبيعات الصادق من التسويف ويبني لك جسرًا عبر هوة القصور الذاتي؟ نعم ، الكلمة السحرية "إذا".

يقول: "يمكن أن يحدث الكثير في غضون أسبوع. ماذا يحدث لعائلتك إذا -لا سمح الله -حدث لك شيء ما بين الآن والأسبوع المقبل؟ ما هو شعورك حيال قرارك بتأجيل ذلك؟ "

أنت الآن تختبر ما يسميه علماء النفس "ترقب الندم". في

في دراسة كروفورد وماكونيل ولويس وشيرمان المذكورة سابقًا ، أضافوا حالة من الأسف المتوقع. الآن ، بدلاً من مجرد قول مصنعهم ، "عليك بالتأكيد اختيار فريق ، "_____أضافوا أيضًا عبارات مثل "لأنك ستركل نفسك إذا لم تخترهم وفوزوا" أو "ما مدى شعورك بالسوء إذا لم تفعل وينتهي بهم الأمر بالفوز؟ "

كان لتوقع الندم تأثير كبير على قرارات المشارك. من قبل ، 76.5في المائة من المشاركين لم يختاروا الفريق الموصى به. مع توقع الأسف ، قام المشاركون بتغيير سلوكهم تمامًا واختاروا الفريق الموصى به أكثر من 73بالمائة من الوقت! يبدو أن مقاومتهم اختفت تقريبا.

تميل الكلمات السحرية مثل "إذا" إلى أن يكون لها هذا التأثير.

"إذا" عندما لا يمكنهم ذلك

كان يومًا جميلًا بعد ظهر يوم الأحد وكنت أنا وعائلتي نتوجه إلى المنزل من الكنيسة. اعتقدت أنه سيكون فكرة جيدة أن أحصل على بعض الآيس كريم ، لذلك اقترحت ذلك على زوجتي. ومع ذلك ، لا يمكنك أن تقول "آيس كريم" فقط عندما يكون هناك طفلة تبلغ من العمر عامين في السيارة ولا يوجد آيس كريم في نطاق رؤيتها مباشرة. لذلك ، بطبيعة الحال ، استخدمت رمز الوالدين الدولي: "هل ترغب في التوقف والحصول على بعض الآيس كريم؟"

قالت زوجتي على الفور نعم ، لكن كلوي سأل ، "أبي ، ما هذه التعويذة؟"
الآن لوضع هذا في السياق ، كانت كلمة "الآيس كريم" واحدة من أولى كلمات كلوي التي شاهدتها. كان بإمكانها قراءة "الآيس كريم" و "الآيس كريم" وكانت تعرف كل شيء عن "الآيس كريم".

لذلك طردتها. "تعال ، كلوي. أنت تعرف ماذا يعني ذلك. صوت فقط. "

"لا أستطبع."

هذه هي. هذه هي اللحظة.

يحدث كل يوم في جميع أنحاء العالم. طفل صغير يقول لوالديه ، "لا أستطيع". موظف يقول لرئيسهم ، "لا أستطيع". شخص ما يقول لنفسه ، "لا أستطيع". إذا كانت هناك كلمة سحرية لا تستخدم قوتها من أجل الخير ، فهي كلمة "لا يمكن". فقط الأشياء السيئة يمكن أن تأتي من هذا. يفقد الأطفال خبرات التعلم الصغيرة في الحياة ، والموظفون أقل إنتاجية ، والناس في كل مكان يظلون مرتبين في مناطق راحتهم ، ولا يمتدون أو يكبرون أبدًا.

لذا ، فإن الأشخاص ذوي النوايا الحسنة في جميع أنحاء العالم يصرحون بالقول "نعم ، يمكنك ذلك!" عندما نقول هذا ، فإن نوايانا جيدة ولكن نتائجنا لا تظهر دائمًا بشكل جيد. المشكلة هي أننا نبدأ من مكان الخلاف. يقولون "لا أستطيع" ، ونقول "نعم ، يمكنك" ، ويفكرون في أنفسهم ، لا ، أنت لا تفهم. لقد قلت للتو أنني لا أستطيع. ربما لم تسمعني. أخبرك بما سأفعله -سأقوله بصوت أعلى هذه المرة. (وهو ما يفعلونه).

"لا ، أنا حقًا لا أستطيع!"
إذا قمت بدفع شخص ما ، فإن رد فعله الطبيعي هو الرد. سوف يحفرون في كعوبهم ويتأكدون من أنهم على صواب وأنك مخطئ. حاول قول "نعم ، يمكنك" مرة أخرى وسيقتنعون حقًا أنك لا تفهم.

سيشعرون بأنهم ملزمون بإظهار أنهم لا يستطيعون فعل ذلك.

الكلمة السحرية "إذا" هي الترياق المضاد لهذا التناقض غير المثمر.

بدلاً من قول "نعم ، يمكنك" لـ ، Chloeجربت نهجًا مختلفًا.

"كلوي ، ماذا ستقول إذا كنت تعلم؟"

ستندهش من عدد المرات التي يعمل فيها هذا -وليس فقط للأطفال. سألت أحد الموظفين ذات مرة ، "ما رأيك في هذا المشروع؟" قال ، "أنا لا أعرف حقًا." لقد استخدمت الكلمة السحرية: "ماذا ستقول لو فعلت

أعرف؟" أجاب على الفور ، "حسنًا ، إذا كنت أعلم ، فمن المحتمل أن أقول شيئًا عن حقيقة أنه ليس مرتبطًا حقًا بخطط الصورة الكبيرة.
إنه نوع من الإلهاء ."هذا مجرد مثال واحد للعديد والعديد من التحولات "السحرية" التي أنشأتها كلمة "إذا".

لكنها لا تعمل دائمًا بهذه الطريقة. ماذا لو ردت ابنتي بـ "لكن ، أبي ، لا أعرف"؟ (وهو ما فعلته).

اضطررت إلى رفع مستوى الرهان المسبق قليلاً ورفع المستوى الافتراضي إلى مستوى آخر. أجبته بـ "ليس هذا ما قصدته حقًا. ما قصدته حقًا هو ، ماذا كنت سأقول إذا سألتني؟ "

ردت على الفور ، "حسنًا ، ستقول" آيس كريم ،"لكنك تعلم."
في أي وقت يأتي إليك شخص ما بنوع من "لا أستطيع" ، رميه بالكلمة السحرية "إذا" وشاهد ما سيحدث.

إليك نص رائع آخر يستفيد من الكلمة السحرية "إذا". سمعت هذا لأول مرة من محامٍ وخبير اتصالات يُدعى ديف فريس. هذا واحد تريد استخدامه كلمة بكلمة. انتبه جيدًا ، هذا الطفل مليء بالتشجيع النفسي.

"أعلم أنك تشعر أنك لا تستطيع ، لكن ماذا سيحدث إذا فعلت؟"
دعونا نفك هذا للحظة. تبدأ هذه الجملة من مكان الاتفاق ("أنا أعلم"). يجعل فكرة "لا يمكن" تبدو أقل ديمومة " تشعر أنك لا تستطيع"). يلقي في ممحاة متعمدة (راجع الفصل الخاص بـ "لكن") ، مما يبعدهم عن فكرة "لا يمكن".
وأخيرًا ، يتم إغلاقها بكلمة "إذا" السحرية.

في مكان العمل ، يستمر فريز في القول ، "لأنني أستطيع التفكير في طريقتين أو ثلاث طرق لإنجاز ذلك ، ولست تقريبًا إبداعيًا وحيويًا مثلك."
أو "ما الذي يجب أن يحدث حتى تشعر باليقين والثقة في أنه يمكنك إنجاز ذلك بحلول الموعد النهائي أو حتى قبل ذلك؟"
ما إذا كنت تقوم بتضمين هذه الأشياء أم لا يعتمد على وضعك ، بالطبع.

هل هذا سوف يعمل في كل مرة؟ لا ، من الواضح أن لا شيء يعمل بنسبة ٪100من الوقت. لكنني سأغتنم فرصتي مع هذا أكثر من فاتر "نعم ، يمكنك!" أي يوم في الأسبوع.

"إذا" عندما يشكون

أنت تعرف نوع الشكوى: لا شيء جيد بما فيه الكفاية. كل شيء بائس. ويشعرون أنه من واجبهم إبلاغك بمدى سوء الأمور.

الجميع. يوم. طويل.
إذا وجدت نفسك محاطًا بالسلبية في مكان العمل ، فقد حان الوقت لذلك
الكلمة السحرية "إذا" تناسبك.
فيما يلي الخطوات الخمس للتعامل مع المشكو المزمن:

الخطوة :1تفحص كل الجوانب السلبية وحدد ما هي اهتماماتهم الرئيسية. لا أخجل من إخراج ورقة والبدء في إعداد قائمة بقضاياهم أثناء الشكوى ، "للتأكد من أنني أحصل على كل شيء بشكل صحيح." لا تسمح لهم بتكرار كلامهم.

الخطوة :2كرر قائمة المظالم مرة أخرى ، لتأكيد صحتك.

الخطوة :3قم بتحويلهم بسرعة إلى التفاؤل عن طريق طلب الحلول المقترحة بدلاً من المزيد من المشاكل.

الخطوة :4قدم خطة عمل.

الخطوة :5اختتمها. لا يعرف المشتكون كيفية إنهاء المحادثة.
في الواقع ، سيفقدون كل الإشارات الاجتماعية الواضحة التي سمعتها بشكل كافٍ.
يجب أن تضع حدا لذلك. كن حازمًا وكن واضحًا جدًا إذا كان عليك ذلك.

من الناحية النظرية ، يبدو كل هذا جميلًا ، ولكن في مكان ما حول الخطوة 3 (عندما تطلب حلولًا) يقول المشتكي المزمن ، "لا أعرف كيف أصلحه. لهذا السبب أنا قادم إليك ."هذا لا يبدو بالضبط كأنه تحول سريع إلى التفاؤل.

لهذا السبب حان الوقت لإلقاء قنبلة "إذا". جرب هذا السيناريو: "إذا كان لديّ عصا سحرية وكان بإمكاني صنع أي شيء في العالم ، فكيف تريد أن تبدو النتيجة؟"

الكلمة السحرية "إذا" حلت المشكلة الحقيقية بالخطوة الثالثة. لم يتمكنوا من التركيز على الحلول لأنهم توقفوا عن كيفية القيام بذلك. حسنًا ، لا يمكنك معرفة "كيفية" تنفيذ حل حتى يكون لديك حل بالفعل. عليك أن تركز على "ماذا" ، وهنا يأتي دور "إذا".

"إذا كان لدي عصا سحرية" يرسل الرسالة: انس أمر "كيف" في الوقت الحالي.
بدلاً من ذلك ، دعنا نتمسك بإيجاد "ماذا".
لماذا من المهم حملهم على تخيل نتيجة ناجحة؟ لان
في اللحظة التي يتخيلونها ويشرحونها ، يصبح من المرجح أن يحدث ذلك بالفعل

يحدث.

قد يبدو هذا سخيفًا أو مفرطًا في التبسيط ، لكن لا تقلل أبدًا من قدرة العقل البشري على التأثير في النتائج. يعتبر تأثير الدواء الوهمي الغامض مثالاً ساطعًا على قوة الخيال الرائعة.

تم إجراء البحث بواسطة SJ Shermanو RB Skovو EF Hervitzو CB
وجد Stockفي جامعة إنديانا أنه عندما يصف الناس نتيجة افتراضية في ضوء إيجابي ، فإنها لن تزيد فقط من توقعاتهم للنجاح ، بل ستحسن أيضًا من أدائهم الفعلي. العنصر الافتراضي هو المفتاح ، وكلمة "إذا" تجلبهم هناك.

"إذا كان" COUSINالقاتل

الجانب الآخر من القوة التحفيزية لتحرير كلمة "إذا" هو ابن عمها القاتل ، "إذن". فيما يلي بعض الأمثلة على الأماكن التي قد تجد فيها "if"ذو صلة متواضعة:

- إذا قمت بتنظيف غرفتك ، فسأعطيك علاجًا.
- إذا قمت بالبيع ، فسأعطيك عمولة.
- إذا كنت لطيفًا معي ، فسأكون لطيفًا معك.
- إذا قمت بأداء واجبك ، فستحصل على درجات جيدة. إذا حصلت على درجات جيدة ، فسوف تلتحق بالجامعة. إذا التحقت بالجامعة ، فستحصل على وظيفة. إذا حصلت على وظيفة ، فستكون سعيدًا.

هناك بعض الحالات التي تكون فيها عبارات "if / then"مناسبة تمامًا. قد يساعدون حتى في الحصول على الامتثال والنتائج السريعة. ومع ذلك ، في بعض الأحيان قد تنتهي هذه النتائج السريعة بتكلفتك أكثر مما تستحق.

ما الشيء المميت في كلمة "إذن"؟ في الواقع ، الكثير. هنا أربعة من العديد
التأثيرات السلبية التي تحدث عند دمج "if"مع "ثم" بشكل متكرر:

المعاملاتT-

في كتابه اللاعقلاني المتوقع ، يكتب دان آريلي ببراعة عن مدى كونه اجتماعيًا

تؤثر كل من القواعد والمعايير السوقية على سلوكنا بشكل مختلف. الأعراف الاجتماعية هي مجموعة المعتقدات والسلوكيات التي تحيط بتفاعلاتنا الودية غير الرسمية. إنها الطريقة التي نفكر بها ونشعر بها عند التفاعل مع الأصدقاء والعائلة.

هل سبق لك أن رفضت الدفع مقابل شيء ما لأن "هذا هو السبب تمامًا يفعل الأصدقاء ؟"هل تقبل الجدة المنقطة النقد لرعاية أحفادها؟ غير محتمل. وإذا عرضت عليها خمسين ، فقد تشعر بالإهانة بالفعل. في عالم الأعراف الاجتماعية ، 0دولار أكبر من 50دولارًا.

من ناحية أخرى ، فإن معايير السوق هي أكثر عملية. عادة ما يتطلبون نوعًا من المردود الفوري. سأعطيك دولارًا وستعطيني تلك الكعكة. إذا خدشت ظهري ، فسأخدش ظهري. فكر في "المعاملات".

عندما تنخرط أدمغتنا في التفكير في معايير السوق ، فإننا نصبح باهتمام ركز على كيف ومتى سيتم تعويضنا عن وقتنا وكنزنا وموهبتنا. علاوة على ذلك ، في اللحظة التي تدخل فيها معايير السوق حيز التنفيذ ، تخرج الأعراف الاجتماعية من النافذة. يمكنك إما أن تستثمر قلبك في شيء ما أو في محفظتك ، ولكن ليس كلاهما.

لذا ، أيهما أفضل؟ أي من العالمين تفضل أن يكون لديك العلاقات تعمل في؟ في النهاية ، الأمر متروك لك والظروف المحددة التي تجد نفسك فيها. هل تبحث عن صفقة؟ نتيجة سريعة ومباشرة مع القليل من الإبداع أو بدونه؟ في هذه الحالة ، التزم بمعايير السوق. أو هل تريد أن يسلم الناس أفضل أعمالهم الإبداعية والإبداعية والحماسية على مدار فترة زمنية طويلة؟

تظهر الأدلة أن وجود عقلية عقلية السوق لن يكون فقط يضر بالعلاقات طويلة الأمد ، كما أنه سيلحق الضرر بالنتائج على المدى القصير. وفقًا لـ :Ariely"هناك العديد من الأمثلة لإثبات أن الناس سيعملون من أجل قضية أكثر من عملهم مقابل المال".

في كثير من الأحيان ، نترك عقلية معايير السوق تصيب مجالات حياتنا التي يجب أن تحكمها الأعراف الاجتماعية. نعد أطفالنا بمكافآت إذا قاموا بتنظيف غرفهم. نقدم حوافز لموظفينا مقابل العمل الجيد. ندفع ثمن العشاء على أمل أن نحصل على قبلة في نهاية الموعد.

هل نريد حقًا أن يحافظ أطفالنا على غرفهم نظيفة فقط إذا كان هناك شيء بداخلها؟ رقم! نريدهم أن يحافظوا على نظافة غرفهم لأننا أسرة وعائلات نساعد بعضنا البعض في جميع أنحاء المنزل. هل نريد أن نضطر إلى مكافأة موظفينا في كل مرة يحضرون فيها إلى العمل في الوقت المحدد؟ بالطبع لا؛ التي ينبغي معين. هل نريد أن تشعر تفاعلاتنا الرومانسية وكأنها دعارة؟ كم هو غير رومانسي؟

قد تعزز قواعد السوق الامتثال ، لكن الأعراف الاجتماعية تعزز المشاركة.

الامتثال هو نتيجة قصيرة الأجل ، والمشاركة على المدى الطويل. انظر إلى وضعك الحالي. هل تفضل الامتثال أو المشاركة؟

لسوء الحظ ، فإن معظم عبارات if / then هي معاملات وليست علائقية. إنهم يسحبون عقولهم إلى عالم معايير السوق ، ويحجبون الأعراف الاجتماعية ، وبالتالي يوقفون المشاركة والإبداع والتحفيز لدى الأشخاص الذين تتفاعل معهم.

هذا مهم بشكل خاص لأي شخص في منصب قيادي. يقدم مارك سانبورن ، مؤلف كتاب "أنت لا تحتاج إلى لقب لتصبح قائدًا" ، اختبار القيادة هذا: "إذا لم يكن لديك لقب أو قدرة على مكافأة الآخرين أو معاقبتهم ، فهل لا يزال بإمكانك حملهم على متابعتك؟"

تعتبر عبارات "If / then" معاملات. في معظم الحالات ، نحتاج إلى أن نكون أكثر علائقية في تعاملاتنا مع الآخرين.

H — HEROIN-LIKE

"إذا" ابن العم القاتل ، "إذن" ، يشبه إلى حد ما الهيروين. اسمعني في هذا. سيكون من المنطقي ، أعدك.

"إذا / إذن" عالية

عندما يكافأ شخص ما على عمل جيد ، فهذه لحظة مثيرة للغاية. في الواقع ، فإن أدمغتهم تعاني حرفياً قليلاً من "النشوة". عندما تتعطل الجزرة المتدلية أخيرًا ، تنطلق النواة المتكئة -"مركز المكافأة" في الدماغ -بعيدًا. هذا ، بالمناسبة ، هو نفس الجزء من الدماغ الذي سيضيء إذا كنت ستطلق النار على الهيروين.

التسامح "إذا / إذن"

المشكلة في مكافآت "if / then" هي أنها ليست جيدة بما يكفي في المرة القادمة. في المرة القادمة ، ستحتاج إلى المزيد من المكافأة إذا كنت ستصل إلى نفس المستوى من الارتفاع التحفيزي. فكر في هذا: إذا حصلت على "شهادة تقوم بعمل جيد" في العمل ، فقد يجعلك ذلك تشعر بشعور جيد ، أليس كذلك؟

ومع ذلك ، ماذا لو كان لديك بالفعل مائتان منهم جالسين على مكتبك؟
لم تعد ملهمة بعد الآن ، أليس كذلك؟ سيبني الناس تسامحًا مع "إذا / حينها"

يكافئ بنفس الطريقة التي يبنون بها التسامح تجاه الهيروين.

"إذا / إذن" جرعة زائدة

نحن نعلم أنه من الممكن تناول جرعة زائدة من الهيروين ، ولكن هل من الممكن تناول جرعة زائدة من مكافآت "إذا / إذن"؟ فقط اسأل أعضاء الجيل Y الذين جربوا هذا عن كثب. خلقت حركة احترام الذات وضعا حصل فيه جيل كامل على مكافأة زائدة. لقد حصلوا على الجوائز للمركز الخامس. تم نزع أوراق F لأنهم جعلوا الأطفال يشعرون بالسوء. في محاولة لجعل كل طفل يشعر بأنه مميز ، تم تدمير جوهر الخاص. لقد تشاورت مع العديد من الشركات التي لن تقوم ببساطة بتوظيف خريجي الجامعات الجدد الذين هم أعضاء في الجيل Y. إنهم يزعمون أن هؤلاء الأفراد يشعرون بأحقيتهم المفرطة ويفتقرون إلى أي شعور بالولاء للشركة.

لديهم OD'd.

لقد وجدت أن Gen Yers ليسوا "غير قادرين على الحياة" كما قد يقترح البعض. أعتقد أنهم ببساطة يجبروننا على تحديث وتحسين أسلوبنا في القيادة.

يجب أن نتعلم القيادة من خلال العلاقات والتعاون بدلاً من السيطرة. يجب أن نتعلم بناء الثقة والاحترام بدلاً من محاولة زرع الخوف.

معايير السوق تخذلنا. أملنا الوحيد هو أن نذهب إلى Reward Rehab ، وأن نعيد ترسيخ الأعراف الاجتماعية في مكان العمل ، ونضخ المزيد من التواصل الإنساني في جيل يتضور جوعاً من أجله.

الحشاشون "If / Then"

مثل الهيروين ، المكافآت تسبب الإدمان. يمكن لعبارات "If / then" إنشاء مدمني "if / then". سيقوم هؤلاء الأشخاص بتخريب الآخرين أو قطع الطريق عليهم من أجل الحصول على "المكافأة" بشكل أسرع.

نحن نستخدم معايير السوق لتحفيز الناس ، ثم ننزعج عندما لا يتبعون الأعراف الاجتماعية! احترام الآخرين؟ القيام بعمل جيد فقط من أجل القيام بعمل جيد؟ الحضور مبكرًا والمكوث متأخرًا؟ وفاء؟ التكامل؟

هذه الفضائل ليس لها مكان في عالم قواعد السوق.

E - EXTRINSIC

في فصل "بسبب" ، تعلمنا عن قوة الدافع الداخلي -نوع الدافع الذي يأتي من الداخل. الأشخاص الذين يتم تحفيزهم بهذه الطريقة يفعلون ما يفعلونه لأنهم "يحبون ذلك" ، أو ربما لأنهم يشعرون "بأنهم مدعوون".

المشكلة هي ، "إذا" ابن العم القاتل ، "إذن" ، يجبر الناس على النزول إلى أعماق الدافع الخارجي. ليست جيدة. هذا ما كتبه إدوارد ديسي ، أستاذ علم النفس في جامعة روتشستر ، المؤسس المشارك لنظرية تقرير المصير ، وخبير التحفيز البشري الشامل ، في ورقة بحثية طويلة بعنوان:

عندما تختار المنظمات استخدام المكافآت للتحكم في السلوك ، فمن المرجح أن تكون المكافآت مصحوبة بمزيد من المراقبة والتقييم والمنافسة ، وكلها وُجد أنها تقوض الدافع الداخلي. (ديسي وريان ، 1985)

من المهم أن نتوقف لحظة لملاحظة أن المكافآت نفسها ليست هي سبب الضرر. إنه توقع الشخص للمكافأة. إنه "إذا" ابن العم القاتل ، "إذن" ، هو الذي يسبب كل المشاكل.

هل تريد أن يكون موظفوك وطلابك وأطفالك لديهم دوافع جوهرية؟
نصيحتي هي الاستغناء عن مكافآت "if / then".

- Nقريب

في درايف: الحقيقة المفاجئة حول ما يحفزنا ، يناقش دانيال إتش بينك هذا الجانب السلبي من عبارات المكافأة "إذا / إذن":

يمكن للمكافآت أن تحد من اتساع نطاق تفكيرنا. لكن الدوافع الخارجية -خاصةً الملموسة ، "إذا -إذن" -يمكن أيضًا أن تقلل من عمق تفكيرنا. يمكنهم تركيز أنظارنا فقط على ما هو أمامنا مباشرة بدلاً من ما هو بعيد. . . .

العظمة وقصر النظر غير متوافقين.
يعتمد الإنجاز الهادف على رفع الأنظار والدفع نحو الأفق.

كما رأينا ، "إذا" لديه إمكانات تحفيزية لا تصدق عند استخدامه بمهارة.
لا تفسد الحفلة بدعوة "وقتها".

ليس كل شيء سيئًا

مونيكا كورنيتي ، المتحدثة والمؤلفة في موضوع "التلعيب" ، ليست مستعدة بعد لحساب الدوافع الخارجية. يتفق معظم الناس على أن الدافع الداخلي هو الدافع الذي تبحث عنه أكثر من الدافع الخارجي. . . "وتواصل القول إنه في بعض الأحيان ، في بعض المواقف ، إذا / ثم المكافآت قد لا يزال لها مكان.

يمنحها عملها في التلعيب لمحة عما يدفع الناس.
تقول: Gamification "هي عملية تطبيق علم نفس اللعبة على الإعدادات غير المتعلقة باللعبة في محاولة لتحفيز الناس على القيام بالأشياء التي نريدهم أو نحتاجهم للقيام بها".

الألعاب بالتأكيد يمكن أن تكون محفزة. البعض يمكن أن يكون إدمانًا. لقد مر الكثير منا بتجربة "التعلق" بلعبة كمبيوتر ، أو أحجية ، أو أي شكل آخر من أشكال اللعب.

قبل أن يحدق الملايين من اللاعبين ذوي الوجوه الزومبي في أجهزتهم المتوهجة بهدوء وهم يلعبون Angry Birds أو Candy Crush ؛ قبل أن تبعث مكعبات السيد روبيك الملونة الجموع في نوبات جنونية من "تحريف واحد فقط!" وحتى قبل مواجهة القدماء عبر لوحات الداما الأولى ، كان الدماغ موصلاً بوقته ليحب الألعاب. إن "عمل" حل مشكلة أو مكافأة الفوز هو بمثابة حلوى للعقل. ولكن هل يمكن تطبيق الطبيعة الإدمانية للألعاب على تحفيز البشر في مجالات أكثر إنتاجية في الحياة؟ وإذا كان الأمر كذلك ، فهل يجب ذلك؟

"ما هي أهدافنا؟ ما الذي نحاول ان نحصل عليه؟ ما هي السلوكيات التي سنحتاجها من الأفراد حتى نعرف أننا سنكون قادرين على تحقيق تلك الأهداف؟ وكيف نجعل الناس يفعلون هذه السلوكيات؟ "يسأل كورنيتي.

على سبيل المثال ، هل من الممكن استخدام عناصر اللعبة مثل مكافآت "if / then" للحصول عليها الأطفال ليصبحوا مهووسين بالجبر؟ أو لحل مشكلة طبية ابتليت بها أفضل درجات الدكتوراه في العالم لمدة خمسة عشر عامًا؟ أم محو فكرة "العمل" تمامًا عن وجه الكوكب؟

يقول رائد التلعيب Yu-kai Chou نعم تمامًا. ومع ذلك ، فإن المكافآت الخارجية "if / then" لا تقوم بكل الرفع الثقيل. في نموذج "Octalysis" الخاص به ، يحدد ثمانية عناصر مختلفة تجعل الألعاب تسبب الإدمان وكيف يمكن تطبيق كل عنصر على سيناريوهات غير الألعاب. إن "if / then"

المكافآت ليست سوى واحدة من المحفزات الأساسية الثمانية -وواحدة من أضعف المحفزات في ذلك.

النقطة المهمة هي أن محفزات "if / then"يمكن أن تكون فعالة في الموقف الصحيح الشخص المناسب للأسباب الصحيحة. ومع ذلك ، تأتي المشاكل عندما نركز حصريًا على الدوافع الخارجية. لماذا نميل إلى قضاء 90بالمائة من وقتنا باستخدام تقنية فعالة بنسبة 10بالمائة فقط؟

اقض معظم وقتك في تنمية الدافع الذاتي طويل المدى في أنت والآخرين واستخدم دوافع "إذا / إذا" باعتدال -مثل التوابل. للمقابلة الكاملة مع مونيكا كورنيتي وفيديو يو كاي تشو شرح نموذج Octalysisالكامل الخاص به ، قم بزيارة MagicWordsBook.com/games.

لمحة سريعة "IF"

- يكمن السحر وراء "إذا" في قدرتها على جذب الخيال.
- "إذا" يمكن أن يساعد في إزالة الحواجز أمام الإبداع ، والتغلب على الوجوه الأربعة للمقاومة النفسية ، وزيادة احتمالية الحصول على نتيجة إيجابية.
- يجب استخدام عبارات "If / then"بحذر شديد.

"يساعد"

في وقت مبكر من حياتي المهنية السحرية ، كان تركيزي على ما يمكنني القيام به ولا يستطيع جمهوري فعله. يتكون طقطقي من أحجار كريمة مثل ، "هذا ما سأفعله. . . "و "شاهد وأنا أقوم بتحويل هذه الأقراص المعدنية إلى أرباع." علمني كل كتاب سحري قرأته أن أدعو جمهوري "المتفرجون". يقول موقع Dictionary.com أن المتفرج هو "شخص حاضر في أحد العروض ومشاهدته، الشخص الذي ينظر أو يشاهد : المشاهد، مراقب." بعبارة أخرى ، هناك ، لكنها منفصلة عن العمل. غير متورط على الإطلاق.

تألفت "عروضي" الأولى من الجلوس على الدرج في منزل والديّ في انتظار اللحظة المناسبة لمقاطعة ضيوف العشاء بأحدث خدعتي السحرية. كان أسلوبي إلى حد كبير هو "أسرع واختر بطاقة حتى تتمكن من التركيز مرة أخرى علي" ، بينما كانوا يفكرون على الأرجح ، اسرع واعثر عليها حتى نتمكن من العودة إلى محادثتنا.

بدأ كلانا في تغيير رأيه بعد أن اكتشفت ما هو بلا شك أعظم خدعة ورق على الإطلاق.

عندما صادفتها لأول مرة ، قال النص إنها خدعة البطاقة لإنهاء جميع حيل البطاقة. بدا جيد جدا بالنسبة لي. المشكلة الوحيدة هي أنه لم يكن هناك متفرج في هذه الخدعة -فقط مشارك. على مضض ، حاولت.

قلت لأحد أصدقاء والدتي: "أحتاج إلى مساعدتك". لقد أمرتها بتوزيع البطاقات بشكل عشوائي ، واحدة تلو الأخرى في كومة متجهة لأسفل. "مهما كنت تريد أن تفعل هذا فلا بأس. فقط اشعر بأحاسيس البطاقات واستخدم القوة ."

عندما أنهت المجموعة بأكملها ، تم قلب البطاقات ، ودهشة الجميع (خاصة المشاركين) ، قامت بتوزيع جميع البطاقات الحمراء في كومة واحدة وجميع البطاقات السوداء في الأخرى. ذهل الجميع.

استغرق الأمر بضع سنوات ، ولكن اتضح لي ببطء لماذا يستمتع الناس بهذه الحيلة كثيرا. لم يكن السر الأنيق وراء الحيلة. لم يكن التأثير القوي. لقد كان شيئًا من شأنه أن يغير مسار حياتي المهنية بالكامل إلى الأبد: "مشاركة الجمهور".

حدث تحول زلزالي. فجأة ، تحولت من "بركه من

المرحلة "لتكون" دليلًا من الجانب ."لم يعد الأمر يتعلق بإظهار الحيل للناس. بدلاً من ذلك ، كان الأمر يتعلق بقيادتهم عبر تجربة. كانت النتائج فورية وواضحة ، وكانت كلمة "مساعدة" هي حجر الزاوية.

التأثير الإيجابي الحقيقي لا يتعلق بكونك "ساحرة من المسرح". لم تكن
تريد أن تكون المعلم في قمة الجبل مع جميع الإجابات. إذا كانت لديك جميع الإجابات ، فسيأتي الناس إليك للحصول على جميع الإجابات.
باستمرار. عندما تحل المشكلات وتقدم إجابات للناس ، فلن يحتاجوا إلى تعلم كيفية القيام بذلك لأنفسهم. انهم بحاجة لكم.

مشكلة الحاجة

يقول ديل كارنيجي أننا جميعًا بحاجة ماسة إلى الأهمية. كلنا نريد أن نشعر بالحاجة -لبعض الوقت. تظهر المشاكل عندما يصبح الأشخاص الأصحاء والموهوبون معتمدين علينا كليًا.

في النهاية ، وظيفتك كوالد هي التأكد من أن أطفالك يكبرون وينضجون ويتوقفون عن حاجتك ، أليس كذلك؟ وظيفتك كمدير هي تمكين موظفيك حتى لا تضطر إلى القيام بوظائفهم نيابة عنهم. كقائد ، تريد أن تستمر مؤسستك لفترة طويلة بعد رحيلك. الحاجة هي شيء مؤقت.

ربما لا نريد حتى أن يحتاج رؤسائنا إلينا! أعلم أنه يبدو وكأنه تفكير متخلف ، ولكن إذا لم تكن قابلاً للاستبدال ، فأنت لست قابلاً للترقية.
كثيرًا ما أسمع عملاء الاستشاريين يقولون شيئًا مثل "إنها جيدة جدًا لدرجة أنني لا أستطيع الترويج لها. أحتاجها في مكانها الصحيح ."
أكبر مشكلة في الحاجة هي أنها تتطلب وجود شخص آخر
محتاج. بدلاً من عقلية التبعية أو حتى المستقلة ، يتبنى ستيفن كوفي مفهوم الترابط في كتابه Effective People:
The 7 Habits of Highly

> الحياة ، بطبيعتها ، شديدة الترابط. . . . إذا كنت مترابطًا جسديًا ، فأنا أعتمد على نفسي وقادرًا ، لكنني أدرك أيضًا أن العمل معًا يمكن أن ننجز أكثر بكثير مما يمكنني تحقيقه بمفردي ، حتى في أفضل حالاتي. إذا كنت مترابطًا عاطفيًا ، فأنا أستمد إحساسًا كبيرًا بالقيمة في داخلي ، لكنني أدرك أيضًا الحاجة إلى الحب والعطاء وتلقي الحب من الآخرين. إذا كنت أعتمد على بعضنا فكريًا ،

أدرك أنني بحاجة إلى أفضل تفكير من الآخرين للانضمام إلى تفكيري.

الاعتماد المتبادل أمر رائع لعلاقاتنا الشخصية ، لكن العمل مختلف ، أليس كذلك؟ بالتأكيد نريد أن يحتاج عملائنا إلينا ، أليس كذلك؟ أماندا بالمر لا تعتقد ذلك. في حديثها TEDالذي شوهد على نطاق واسع ، ترسم رؤيتها لمستقبل صناعة الموسيقى. بينما تحاول شركات التسجيلات الرئيسية سحق القرصنة عبر الإنترنت وإجبار العملاء في النهاية على الاحتياج إليها ، تقدم بالمر موسيقاها مجانًا على الإنترنت بقدر ما تستطيع في محاولة لبناء الاتصال.

كيف يمكن أن تكون فكرة مجانية جيدة؟ لا يمكنك العيش مجانًا.
هل تستطيع؟
بالطريقة التي تصفها بالمر ، فهي لا تنجو من مبيعات ألبومها.
(من الواضح.) بدلاً من ذلك ، فإنها تعيش من خلال عدم الخوف أو الخجل من طلب المساعدة من معارفها عند الحاجة إلى المساعدة.
مثال على ذلك: عندما كانت شركة التسجيلات الخاصة بها قادرة فقط على بيع خمسة وعشرين ألف وحدة من ألبومها ، اعتبرتها عقلية المعاملات الخاصة بهم بمثابة تمثال نصفي واستمروا في ذلك. كما اتضح ، خمسة وعشرون ألف وحدة ليست كاملة لشركة تسجيل. لكن أماندا بالمر رأت تلك الوحدات الخمسة والعشرون ألفًا على أنها مجموعة كاملة من الاتصالات الجديدة. إنها ليست معاملات. إنها علاقات.

في وقت لاحق ، عندما احتاجت إلى 100000دولار لإصدار ألبوم بمفردها ، طلبت منها المساعدة من خمسة وعشرين ألفًا. انتهى نهجها الترابطي إلى حصد ما يقرب من 1.2مليون دولار من الدعم -وهي الحملة الأكثر نجاحًا للتمويل الجماعي الموسيقي حتى الآن.

كانت وسائل الإعلام مذهولة. لقد رأوا صناعة الموسيقى التي كانت في حالة من التدهور بسبب القرصنة على الإنترنت ، ومع ذلك كانت هناك امرأة شجعت الموسيقى المجانية وبطريقة ما وجدت طريقة لجعل الناس يدفعون مقابل موسيقاها.

ردت على الانتقادات ، "أنا لم أفعلها. لقد سالتهم. ومن خلال فعل سؤال الناس ، تواصلت معهم. وعندما تتواصل معهم ، يريد الناس مساعدتك ."

هل هذا صحيح؟ هل يريد الناس حقًا المساعدة؟
أستطيع أن أرى سبب اختلاف المسوق عبر الهاتف بشدة. قد يكون من المرهق للروح البشرية أن تُرفض خمسين مرة في اليوم. أعلم أنه عندما بدأت في حجز نفسي لأول مرة كساحر ، لم يكن لدي أي أفكار أخرى حول كيفية الحصول على العربات. التقطت الهاتف واتصلت كما لو كنت أتقاضى راتبي من الرقم.

يبدو أن الناس ليس لديهم مشكلة في إنهاء المكالمة مع المسوقين عبر الهاتف. لحظة أنا

تم تحديده على أنه شخص كان يبيع شيئًا ما ، كنت أسمع الاتصال الهاتفي
نغمة، رنه.

من خلال التجربة والخطأ ، قمت في النهاية بتغيير محادثتي بشكل طبيعي
أسلوب من شيء مثل "هل يمكنني التحدث إلى الشخص المسؤول عن توظيف الترفيه؟" إلى شيء مثل "مرحبًا ، [فلان] ،
اسمي تيم. لدي سؤال غريب نوعا ما. كنت أتسائل إن كان بإمكانك مساعدتي؟"

لم يقل أحد قط لطلبي للمساعدة. بالتأكيد ، سألوا في بعض الأحيان
أسئلة تأهيلية مثل "ما نوع المساعدة؟" قبل أن يقدموا أي التزامات. ولكن على الرسم البياني لمن قال ماذا ، فإن
أكبر قطعة من الكعكة أخذها الأشخاص الذين بدا أنهم راغبون بل وحريصون على المساعدة.

ربما لأنني استخدمت أسمائهم (عندما يكون ذلك ممكنًا). ربما كان ذلك بسبب
من الفضول الذي بنيته بعبارة "نوع من الأسئلة الغريبة". أو ربما كانت الكلمة السحرية "مساعدة". فجأة ، لم أكن شخصًا
يقوم بالزراعة آليًا للمعاملات. كنت شخصًا سمح لنفسه بأن يصبح ضعيفًا. لقد وثقت بهم مع غروري ، ولم يخذلوني. تم
إجراء اتصال -مهما كان صغيرا .-

فكر في شعورك عندما يطلب منك أحدهم المساعدة.
"أنت متحمس لأنك تشعر وكأنك جزء من شيء أكبر منك" ، كما يقول يو كاي تشو ، خبير التحفيز والتشويق البشري
الذي التقينا به في الفصل الخاص بـ "إذا". "إنه يجعلك تشعر بأهميتك ، مثل أن الناس يعتمدون عليك."

بالطبع ، هناك أيضًا أوقات لا تشعر فيها بهذا الشعور بالعمل الجماعي
عندما يأتي إليك الآخرون لطلب المساعدة. بدلا من ذلك ، تشعر أنك ضعيف. تشعر بالاستفادة من. تشعر أنك
مستخدم. ماذا حصل؟
الأوقات التي لا تستجيب فيها برغبة شديدة في المساعدة هي الأوقات التي ينهار فيها الاتصال البشري أو لم يتم
تأسيسه في المقام الأول. لهذا السبب عند طلب المساعدة من الآخرين ، يجب أن يكون التماسًا حقيقيًا وضعيفًا وليس
مجرد أداة للحصول على ما تريد.

التعددية PRONOUNS

موظفو مركز الاتصال الجيدون هم خبراء في إثارة غضب العملاء وشكاواهم وتحويلهم إلى حليف في حل المشكلات في
فترة زمنية قصيرة جدًا.
(ينتهي الأمر بموظفي مركز الاتصال السيئين بالاستقالة من وظائفهم بعد فترة قصيرة جدًا من الوقت.) واحدة من أنجح
استراتيجياتهم هي رش ضمائر الجمع

طوال المحادثة.
"أنا أفهم تمامًا ما تشعر به ، سيدي ، ويمكننا تمامًا مساعدتك في ذلك. دعنا نلقي نظرة على حسابك ونرى ما يمكننا فعله لك ."

كلمات مثل "دعونا" و "نحن" مثل الكلمات السحرية المصغرة التي تساعد في بناء الاتصال. إنه خفي ، لكنه قوي. ما تقوله هو ، "أنا في صفك.
ليس أنت مقابل أنا. نحن في هذا معا."

واحدة من أقوى الروابط التي يمكن أن يربطها شخصان هي الاصطفاف ضد عدو مشترك. هذا هو السبب في أن استراتيجية "الشرطي الجيد / الشرطي السيئ" تعمل بشكل جيد. الهدف من الإستراتيجية والشرطي الجيد هما فريق يعمل على نفس المهمة المتمثلة في إنقاذ الهدف من الشرطي السيئ.

عند طلب المساعدة ، يجب أن يُنظر إليك على أنك حليف وليس عدوًا.
استخدام ضمائر الجمع سيفي بالغرض بالنسبة لك.

لماذا لا يطلب المديرون المساعدة

في كثير من الأحيان كما ينبغي

في عالم الإدارة ، لا يسمونه "طلب المساعدة". يسمونه "التفويض".

عندما أقوم بتدريبات للأشخاص في المناصب الإدارية والقيادية ، فأنا مغرم بطرح سؤالين بسيطين. أبدأ بالسهل.

"هل يجب أن نفوض؟"

قطعاً. جميعهم أومأوا برؤوسهم بالموافقة ، كما لو كان السؤال كانوا أكبر الأشخاص الذين لا يفكرون في التفكير في أمريكا. ثم أطرح المتابعة.

"هل نفوض كما ينبغي؟"

الصمت.

يهزون رؤوسهم أثناء البحث في جميع أنحاء الغرفة للتأكد من أنهم ليسوا الوحيدين. الجواب واضح: لا نفعل.

"لما لا؟"

إذا كانت "المساعدة" كلمة سحرية ، وإذا كان الاتصال الذي تخلقه هو مثل هذا شيء جميل ، فلماذا لا نقولها أكثر؟

السبب الأول هو أنه يجعلنا عرضة للخطر! نحن نعيش في ثقافة تقدر الاستقلال والقدرة على "البحث عن رقم 1". إذا طلبنا المساعدة ، فإننا نشعر بطريقة ما أننا فشلنا.

على الرغم من ذلك ، لا يقول المدراء ذلك. بدلاً من ذلك ، سيقول البعض إنهم خائفون من الظهور بمظهر متسلط أو تصادمي. سيقول الآخرون إنهم لا يريدون الآخرين

الأشخاص الذين يقومون بمهامهم ويحتمل أن يسرقوا وظائفهم. لكن ما هي الإجابة الأكثر شيوعًا؟

"لأنني أستطيع أن أفعل ذلك بشكل أفضل وأسرع بنفسي!"
لا يريدون التخلي عن السيطرة. إنهم لا يريدون الجلوس وتدريب شخص ما على القيام بمهمة وينتهي بهم الأمر بتصحيح عملهم خمس مرات على أي حال.
من الأسهل والأسرع والأكثر كفاءة للمديرين نسيان التفويض والقيام بكل شيء ببساطة بأنفسهم.

على المدى القصير ، هم على حق تمامًا. تستمر الحياة وتكتمل المهام. ومع ذلك ، على المدى الطويل ، يضيع الاتصال والتمكين ، وتختفي مشاركة الموظف دون أن يترك أثرا.

قوانين التفويض الثلاثة لكلوي

علمتني ابنتي كلوي الكثير حول كيفية تفويض مهمة بطريقة تعزز المشاركة بدلاً من الشعور بالمرارة وتؤدي إلى العمل بدلاً من العدوان.

لقد بدأت عندما لم تنهي كل أغانيها المبهجة. يوما بعد يوم كان هناك ملف
فوضى مندي في قاع الوعاء.
لذلك كل يوم ، كنت أعطيها عددًا أقل من Cheerios.
أخيرا ، لاحظت. "أبي ، أريد المزيد من Cheerios!" في هذه المرحلة ، يكاد لا يهم كم أعطيتها. سرعان ما تطور نمط مألوف حيث لن تنتهي أبدًا من Cheerios ، لكنها كانت تتذمر كل يوم للمزيد.

حاولت استخدام بعض المنطق. "عزيزي ، كل ما قدمته لك ، وسأكون سعيدًا بتقديم المزيد لك. ليس الأمر كما لو أن مجاعة Cheerio مستمرة ، أنا فقط لا أريد أن يضيع أي منها ."

كانت تعرف بالضبط ما ستقوله بعد ذلك. الأطفال دائما يفعلون. "أبي ، دعني أسكب سلطاني الخاص ."

كانت ردة فعلي غير مباشرة هي أن أقول لا. من شأنه أن يحدث فوضى. سيستغرق الأمر أيضًا
طويل. يمكنني القيام بذلك بشكل أسرع وأفضل بنفسي. أبدو مألوفًا ، أيها المدراء؟
لحسن الحظ ، دارت في ذهني عبارة في تلك اللحظة -وهي عبارة أطلق عليها منذ ذلك الحين "قانون كلوي الأول للتفويض".

القانون رقم 1: إذا طلبوا المهمة ، أعطهم إياها

نحتاج جميعًا إلى القليل من التحدي في حياتنا. علم النفس المجري الشهير

اشتهر البروفيسور ميهالي تشيكسينتميهالي بالمكان الجميل بين الشعور بالملل والارتباك. أطلق عليها اسم "التدفق". التدفق هو المكان الذي تكون فيه الأكثر تفاعلًا وتحفيزًا وسعادة. قد تسميها "التواجد في المنطقة". يدرك أفضل القادة أهمية دفع الآخرين نحو التدفق.

إنهم يفوضون ما يكفي لتحديهم ، ولكن ليس لدرجة أن الناس يصبحون مستائين أو مرهقين.

إذا طلب منك شخص ما مهمة ، فاحزر ماذا؟ إنهم مملون!
أعطهم المهمة تمامًا (إذا كان من الممكن القيام بذلك) وقم بتدوين ملاحظة ذهنية بأنك لا تتحدى هذا الشخص بما فيه الكفاية.
ربما كان ينبغي عليك تكليفهم بهذه المهمة منذ وقت طويل.

لدينا جميعًا شكوك ومخاوف من شأنها أن تخنق قدراتنا. يمر قدر كبير من الوقت بين اللحظة التي نصبح فيها مستعدين لمهمة ما واللحظة التي ندرك فيها أننا جاهزون لهذه المهمة. أليس صحيحًا أيضًا أنه حتى عندما ندرك قدراتنا الخاصة ، فإننا في بعض الأحيان يستغرق الأمر بعض الوقت لبناء الشجاعة لطلب مهمة ما؟ يمكن للقائد العظيم أن يرى فينا أشياء لا يمكننا حتى رؤيتها في أنفسنا.

لذا اعلم أنه عندما يتطوع شخص ما لمهمة ما ، يوجد الكثير من تحت السطح
الوقت الذي مضى بالفعل حتى هذه اللحظة. لقد ضاعت بالفعل فرص تحدي هذا الشخص بشكل فعال. لا داعي للقلق ، على الرغم من ذلك -أنت عليها الآن ، تمامًا كما كنت في كلوي. وصلت إلى الخزانة من أجل صندوق Cheeriosووعاء. كما أنني أحضرت لها ملعقة وإبريق حليب من الثلاجة. ثم وضعت كل شيء على الأرض -وهو ما يقودني إلى قانون التفويض الثاني لكلوي.

القانون رقم 2: السماح للناس بالفشل بأمان

لم أضعها على الطاولة لأن هذا هو مكان الكمبيوتر المحمول. إذا وضعتها هناك ، فقد أكون الشخص الذي يبكي على اللبن المسكوب!
بالطبع ، أنت تريد توسيع الحدود المتصورة للناس (القانون الأول) ، لكنك لا تريد كسرها! لا تمنح موظفًا جديدًا أكبر حساب عميل للشركة للتدرب عليه ، ولا تسمح لطالب الطب بإجراء جراحة مدى الحياة أو الموت إذا لم يكن لديه خبرة في مثل هذه المهام. سوف يتم تمديدهم ، حسنًا ، ولكن إذا فشلوا ، فقد يؤدي ذلك تمامًا إلى تدمير دافعهم للمحاولة مرة أخرى.

كان المشهد مهيئًا لفشل كلوي بأمان ، ولم تخيب أملها. الآن ، رأتني أسكب Cheeriosعشرات إن لم يكن مئات المرات.
لست متأكدا أين

لقد التقطت أسلوبها غير التقليدي إلى حد ما. بدأت بفتح صندوق Cheerios (الذي كان ارتفاع صدرها). ثم وقفت وراءها وأغرقت ذراعيها في Cheerios حتى كتفيها. لقد جمعت حفنتين من Cheerios مثل الحفارة ، وتمايلت إلى الوعاء ، وإليك نصيحة أنا متأكد من أنك ستحتاجها عند اتباع Chloe's 2nd
القنابل بعيدا. ...

قانون التفويض:

قاوم الرغبة في القفز والتصحيح

بالنسبة للبعض ، إنها رغبة قوية. بالنسبة للآخرين ، إنها عادة أو حتى إكراه. واجهتني امرأة محبطة ذات مرة: "لا يمكنني جعل أولادي المراهقين ينظفون غرفهم! هل لديك أي كلمات سحرية لذلك ، ماجيك بوي؟ إنه يقودني للجنون. أنا أنظف باستمرار بعد الفوضى! "

ربما يكون من الصعب عليهم الاستيلاء على المهمة لأنك ما زلت تمسك بها من أجل الحياة العزيزة. يمكن أن يكون للمهمة مالك واحد فقط. عندما تقفز وتصحح ، أو عندما تتولى وظيفة على الفور ، فأنت تستعيد الملكية. في حالة هذه الأم ، لأنها تولت المسؤولية ، كانت عواقب عدم تنظيف غرفهم هي: غرف نظيفة!

إن الإكراه على تصحيح الأخطاء أمر مفهوم ، ومع ذلك فإنه يمكن التحكم فيه أيضًا. سبب وجود قانون كلوي الثاني هو أن الفشل معلم عظيم.
عندما تقفز وتصحح ، فإنك تحرمهم من فرصة الفشل. لقد رأينا ما يحدث عندما يتم إزالة الفشل أثناء حركة تقدير الذات.
منذ الثمانينيات والتسعينيات ، حصل كل طفل على جوائز "للمشاركة" فقط. يتم الاحتفال بكل طفل بسبب "إمكاناته".
يتم إزالة الفشل بشكل منهجي واستبداله بشعار "كل شخص مميز".

يجب أن تسمح للناس بالفشل ، ولكن فقط إذا كان من المحتمل أن يفشلوا إلى الأمام.
يمكن أن يكون الفشل معلمًا ، ولكنه قد يكون أيضًا مأساة. إذا جرب مراهق عقاقير ثقيلة وقتل ، فهذا ليس درسًا. هذه مأساة. تقع على عاتقك مسؤولية معرفة الفرق.

قبل تفويض أي مهمة ، يجب الإجابة على السؤال التالي:

أيهما أكثر أهمية المهمة أم العلاقة؟

تبدو جميع المهام مهمة في ذلك الوقت. بالتأكيد ، أردت أن تأكل كلوي تشيريوس
حتى نتمكن من اصطحابها إلى المدرسة في الوقت المحدد. ومع ذلك ، كانت علاقتي معها أكثر أهمية.

هذا ليس هو الحال دائما. على سبيل المثال ، قال رجل نبيل في إحدى ندواتي ، "أنا أعمل في تركيبات الأنابيب ذات الضغط العالي. إذا كان أحد رفاقي أقل من نصف 1في المائة ، فإن الناس يموتون ."قالت ممرضة: "إذا أخطأنا في وصفة طبية لشخص ما ، فقد تكون حياة هذا الشخص في خطر". هنا ، المهمة أكثر أهمية من العلاقة. إذا كان الفشل سيؤدي إلى مأساة بدلاً من لحظة قابلة للتعليم ، فأنت ملزم بالقفز وإجراء أي تصحيحات تراها مناسبة.

إراقة Cheeriosوالتأخر عشر دقائق عن المدرسة؟ هذه ليست مأساة بالضبط. لذلك تركت كلوي تملأ وعاءها حتى حصلت على أكبر كومة من Cheeriosرأيتها على الإطلاق. بعد ذلك جاء الحليب. قلبت كلوي الإبريق على الفور 180درجة.

أطلق الحليب ، وضرب جانب الوعاء ، وحدثت فوضى أخرى.

أخيرًا ، بعد تنظيف الحليب المسكوب و Cheeriosوالمحاولة مرة أخرى ، جلست على الطاولة مع وجبة الإفطار أمامها . صرخت مرارًا وتكرارًا ، "لقد فعلت ذلك! أنا فعلت هذا!"

ألا تعرفه؟ هذا الطفل أكل كل قضمة من جبل تشيريوس.

ليس هذا فقط ، ولكن لعدة أشهر بعد ذلك ، كان المشهد نفسه يظهر كل صباح. كانت تضع الطاولة وتصب الحبوب المفضلة لدى الجميع. كانت تعرف الأطباق والملاعق لتذهب لأختها ووالديها. كانت تعرف الكمية المناسبة من الحليب التي يفضلها الجميع. لقد كانت فخورة بعملها ، وقد قامت بعمل رائع. لقد أصبحت متمكنة وأصبحت المهمة لها. أفضل ما في الأمر أنه كان جزءًا أقل من روتيننا الصباحي الذي كان على أبي أن يقلقه.

القانون رقم :3جلب مشاكل الناس وليس الحلول

الدماغ متصل بحل المشاكل. أعطه الحل وسيشعر بالملل على الفور. اطرح عليها سؤالاً أو مشكلة وستكون بمثابة المكافئ العصبي لرقصة سعيدة.

لقد رأيت هذا يحدث حرفيًا آلاف المرات. إذا عرضت عليك خدعة سحرية جيدة حقًا ، فستجدها في البداية رائعة وممتعة وساحرة. من شأنه أن يثير اهتمام عقلك. ربما ستبقيك مستيقظًا في الليل. ثم تتوسل إلي من أجل السر.

لكنني لن أقول أبدًا ، لأنه لا يوجد شيء أسوأ من تعبير شخص ما الذين تمكنوا أخيرًا من سحب الستارة والنظر داخل سر خدعة سحرية خدعتهم سابقًا. تسقط وجوههم وتغرق قلوبهم.

يشعرون بخيبة أمل وخذلان. إنهم يكرهونني للسماح لهم بذلك

رمي بتهور بعيدًا حلوى دماغهم.
لو أخبرت كلوي بالضبط كيف تصب Cheerios ، لما انتهى الأمر بها
بنفس مستوى المشاركة في المهمة. ربما كانت ممتثلة (بعد صراع أكيد على السلطة) ، لكنها لم تشارك أبدًا. كانت فخورة بنفسها لتوليها المهمة. امتلكتها.

في المرة القادمة التي تحصل فيها على مهمة تحتاج إلى شخص ما للقيام بها ، لا تقل أي مهمة المعتاد "إليك ما يجب القيام به وإليك الإرشادات الخاصة بكيفية القيام بذلك." بدلاً من ذلك ، اجمع موظفيك معًا وقل: "لدينا مشكلة وأحتاج إلى مساعدتك لحلها". ثم اعرض المشكلة التي تحلها مهمتك وطرح الأفكار معهم.

واحد من ثلاثة أشياء سيحدث. الأول هو أنهم سيقررون جميعًا نفس المهمة التي أردت منهم القيام بها في المقام الأول! ومع ذلك ، هذا ليس مضيعة للوقت لأن عقولهم كانت منغمسة في التحدي. تم العثور على حل ممكن ، ولا يمكنهم الانتظار لمعرفة ما إذا كانت "فكرتهم" ستنجح! يصبح الانضباط مختلفًا جدًا وأسهل كثيرًا في هذه المواقف أيضًا.

إذا تباطأوا ، فلن تضطر إلى فرض القانون والقول ، "مرحبًا! ألم أقل لك أن تفعل هذا؟ "بدلاً من ذلك ، يمكنك أن تقول ، "مرحبًا ، ألم تقل أنك ستفعل هذا؟" أنت لست غاضبًا ، أنت محبط. وكما سيخبرك أي طفل ، فإن خيبة أمل الوالدين هي قوة تحفيزية أقوى بكثير من غضب الوالدين.

ومع ذلك ، قد لا يتوصلون إلى الحل الذي تفكر فيه ، والذي قد يتطلب بعض التدريب من جانبك. ما عليك سوى طرح المشكلات التي تراها والسماح للمناقشة بالشكل الصحيح والعودة إلى المسار الصحيح. إليك تلميحًا: إذا لم تتمكن من إحداث أي ثغرات في خطتهم ، فاحزر ماذا؟ فكرتهم جيدة مثل فكرتك ، لكنها مختلفة فقط! دعهم يجربون فكرتهم ونرى ما سيحدث. سوف يكافئونك بمستوى من الحافز لم تره منهم من قبل.

البديل الثالث هو أنهم يأتون بحل لا يختلف فقط من لك ، ولكن أفضل! يرى موظفوك الأشياء بشكل مختلف عما تفعله كمدير لهم. إنهم في الصفوف الأمامية يشاركون في عملهم كل يوم. لديهم منظور ورؤية قيّمة يجب أن تستفيد منها. لا ترتكب خطأ الاعتقاد بأنك تعرف جيدًا قبل أن تمنح الشخص الآخر فرصة لفتح فمه. أنت لا تعرف أبدًا ، قد يفاجئك فقط. هذا هو جمال التواصل. هذه هي مكافأة أن تصبح ضعيفًا. هذا هو سبب طلبنا للمساعدة.

لمحة سريعة عن "المساعدة"

- كلمة "مساعدة" السحرية تعزز المشاركة والاعتماد المتبادل في

الذين يسمعونها.

- إن الطلب المناسب للمساعدة يدفع الناس إلى التصرف وفقًا للأعراف الاجتماعية ويجعلهم يشعرون بأهميتهم -وكأنهم جزء من شيء أكبر من أنفسهم.

- استخدم ضمائر الجمع أثناء طلب المساعدة.
- قم بتفويض المهام مع وضع "قوانين التفويض الثلاثة" الخاصة بكلوي في الاعتبار.
- يتطلب طلب المساعدة الضعف ، وهو قوة قوية في خلق التواصل والعلاقة بين الأفراد.

الكلمة السحرية # 7

"شكرًا"

بدأ هوارد ثورستون ، أحد أشهر السحرة في تاريخ السحر ، كل عرض بالوقوف خلف الستار في انتظار رفعه.

على الرغم من أن الجمهور لم يتمكن من رؤيته بعد ، إلا أنه لا يزال يعتبر هذه اللحظة هي الأهم في عرضه بأكمله. كانت هذه هي اللحظة التي تلا فيها تعويذة الشكر:

> أنا ممتن لأن هؤلاء الناس جاءوا لرؤيتي. إنهم يجعلون من الممكن لي أن أكسب رزقي. أنا أحب جمهوري. أنا أحب جمهوري. أنا أحب جمهوري.

على الرغم من أن جمهوره لم يسمعه أبدًا ينطق بهذه الكلمات ، إلا أن تأثيره
كان الامتنان لا يزال عميقًا. في الواقع ، ينسب السيد ثورستون الفضل في نجاح مسيرته المهنية الممتدة على مدى أربعين عامًا ، والتي تقدر بملايين الدولارات ، إلى هذه الممارسة الأساسية الواحدة.
ومع ذلك ، فإن صالون تصفيف الشعر في Steffanie Fox هو مثال أكثر نموذجية. قابلت مالك by Steffanie Stylz بعد خطبة تحدث جنوب بوسطن.
لقد اعتادت هي وفريقها من مصففي الشعر إرسال بطاقات شكر مكتوبة بخط اليد إلى كل عميل جديد يأتي عبر أبواب الصالون.
من الواضح أن ستيفاني متحمسة لعملها وممتنة لعملائها و
عملاء.

"أعتقد بالتأكيد أن أي شيء تفعله للتعرف على الناس سيجعلك تقف
من البقية. "

إنها محقة ، لكن لماذا؟ ألا أقول "شكرًا" مجرد مجاملة عامة؟ ألا يفعلها الجميع؟

على ما يبدو لا. ما يفاجئني هو أن معظم الشركات لا تكلف نفسها عناء قول الشكر لعملائها. ومعظم الرؤساء لا يقولون الشكر لموظفيهم.
في الواقع ، لا يقول معظم الناس في أي مكان شكرًا كثيرًا.
سألت مئات الأشخاص عبر البريد الإلكتروني سؤالاً واحدًا: "هل يقول مديرك

شكرًا؟" لم يستجب معظمهم (ربما لا؟). من بين أولئك الذين فعلوا ذلك ، بدلاً من إرسال الحكايات الإيجابية التي كنت أتوقعها ، أبلغ الكثيرون عن قصص رعب لرؤساء جاحدين للجميل.

على سبيل المثال ، سمعت من ديف ، منتج الفيديو في ديترويت ، الذي قال إن إدارة محطته التلفزيونية لم تتقدم بالشكر إلا مرة واحدة في أكثر من ثلاثين عامًا -وكان عليه أن يحقق شيئًا غير عادي إلى حد ما "لكسبه".

من الصعب التغلب على هذا النوع من الجحود. إنه يضر بالعلاقات ويسحق الروح المعنوية. كتب الفيلسوف ديفيد هيوم ذات مرة: "من بين جميع الجرائم التي يمكن للكائنات البشرية ارتكابها ، فإن الجحود والأكثر فظاعة هي الجحود."

إنه على حق. يُظهر استطلاع تلو الآخر أن أحد أهم أسباب ترك الأشخاص لوظائفهم هو ضعف العلاقة مع رئيسهم أو لأن رئيسهم لا يُظهر تقديرًا كافيًا. الجحود هو سمة مثيرة للاشمئزاز وغير مرغوب فيها لدرجة أن لا أحد يريد أن يكون حول شخص جاحد للجميل ، ناهيك عن العمل من أجله.

النبأ السار هو أن الرؤساء الذين يقولون شكرًا لا يحافظون على بقاء موظفيهم لفترة أطول فحسب ، بل يتمتعون أيضًا بزيادة الإنتاجية. يستشهد شون أكور ، مؤلف كتاب ، The Happiness Advantageبأن "عمال مناجم الفحم الذين يشعرون بالتقدير من قبل رؤسائهم يزيدون من إنتاجيتهم بنسبة 30بالمائة ، والموظفون السعداء يظهرون ثلاثة أضعاف مستويات الإبداع".

في ما يلي بعض الطرق التي رأيت فيها الرؤساء يقولون شكرًا بطريقة إبداعية: تقول هيذر تايلور من موقع MyCorporation.comعن رئيسها ، ديبورا سويني ، "كل شهر احتفالاً بعمل جيد ، سنتلقى رسائل بريد إلكتروني تنادي كل عضو في الفريق لمساهماتهم المفيدة بالإضافة إلى الحلويات ، والخبز في أيام الجمعة ، ووجبات الغداء المقدمة ، وحوافز القهوة الإضافية للجميع! "

شارك أحد مقاولي Weaving Influenceبحماس كيف شارك المؤسس
تُظهر بيكي روبنسون التقدير باستمرار. "ستقوم بالتغريد عن تقديرها ، وإرسال رسائل نصية ، ومشاركتها على
، Facebookوكتابة مشاركات مدونة حول فريقها."
قرأت واحدة من مشاركات مدونتها. استغرق روبنسون الوقت الكافي لذكر كل مقاول بالاسم وسرد بعض سماته الإيجابية. كلما علق أي شخص على المنشور ، سرعان ما قدم روبنسون المزيد من كلمات الشكر والتقدير.

يبدو أن عروض الشكر العامة مثل هذه تسير بشكل جيد.
أخبرتني ليزلي فريدمان ، موظفة في فندق Houstonian Hotel، Club & Spa في هيوستن ، تكساس ، عن
رئيسها ، جيم ميلز. "[هو] يعرب عن شكره لي بطريقة منفتحة للغاية. كل شهر يتم التعرف على جميع الموظفين بعبارة
"Hooray for You!"احتفال لمن تصادف الذكرى السنوية لعملهم في ذلك الشهر.

يتم تشجيع الجميع على التعرف على أقرانهم ورؤسائهم وأصدقائهم ، ولكن من المجزي جدًا أن يتعرف الرئيس علنًا (يشكر) على أولئك الذين يعملون لديه / لها ، أمام الجميع.

"لقد شكرني جيم على جهودي ، قائلاً إنني حققت المزيد من الدعاية له
الحرم الجامعي أكثر من أي وقت مضى ، ولأنني مبدع ومثابر. عند القيام بذلك أمام زملائي والمديرين الآخرين ، فإنه يتحدث "شكرًا" بصوت عالٍ ."

ومع ذلك ، فاز الرئيس السابق لمدير الجامعة المتقاعد كارول جي بجائزة "الشكر" النهائية. "لقد أظهرت أنها تقدرني بهدايا غير متوقعة. . . مثل إجازة في أروبا ."ليس برث للغاية.

بالطبع ، لا يجب أن تكون عبارات الشكر الخاصة بك مبدعة (أو باهظة الثمن!) في
من أجل أن تكون فعالة. كانت معظم التعليقات التي تلقيتها من أشخاص مثل مايك كينيدي من شركة :Corp
Talent Analytics"مديري ، جريتا روبرتس ، كثيرًا ما شكرتني على مساهماتي ، حيث إنها الرئيس الأكثر كرمًا الذي سأحصل عليه على الإطلاق. شكر يقطع شوطا طويلا من حيث الإنتاجية والرضا الوظيفي. أنا موظف مخلص للغاية ".

يعتقد مايك أن غريتا "تبرز" بسبب شكرها لها. "لدي
عملت مع الرؤساء الذين نادراً ما شكروا موظفيهم ، هذا إن وجد. لدي تقدير أكبر للإدارة الفعالة التي تعرضها غريتا ."

لاحظت مرارًا وتكرارًا أن الموظفين يعلقون على أن سماع عبارة "شكر" بسيطة تجعلهم يشعرون بالاحترام والولاء والسعادة والأكثر عزمًا وإنتاجية وأكثر انخراطًا في عملهم. وبدا أنه كلما سمعوا هذه الكلمة السحرية بالذات ، كان ذلك أفضل.

أفضل من المال؟

كان جيل إلمور متطوعًا في منظمة ماساتشوستس هيو أوبريان لقيادة الشباب لمدة اثني عشر عامًا. إنها تساعد الشباب على بناء المهارات والثقة اللازمة ليصبحوا قادة في المجتمع. "لقد كنت محظوظًا لأنني تمكنت من تكريس معظم حياتي البالغة للعمل التطوعي. العديد من عبارات "الشكر" التي تلقيتها على مر السنين هي ما يحفزني باستمرار على تقديم الخدمة ."

ما الذي يحفز شخصًا ما على تكريس وقته وموهبته لمنظمة ما
أكثر من عقد دون توقع مكافأة مالية؟ أعتقد أنه ربما يكون له علاقة بمعنى الحياة. فيكتور فرانكل الشهير

صاغ عالم النفس ، أحد الناجين من الهولوكوست ، ومؤلف كتاب "بحث الإنسان عن المعنى :""اهتمام الإنسان الرئيسي ليس الحصول على المتعة أو تجنب الألم ، بل بالأحرى رؤية معنى في حياته".

كم مرة تسمع كلمة "شكرًا" هي عصا قياس لمقدار
معنى في حياتك. يتيح لك "الشكر" معرفة أنك تساهم في حياة شخص آخر بطريقة هادفة. لماذا تعتبر المساهمة مهمة جدًا لإحساسنا بالهدف؟

وفقًا للمؤلف Brendon Burchard في كتابه The Charge: Activating
العشر دوافع البشرية التي تجعلك تشعر بأنك على قيد الحياة:

في نهاية حياتنا ، عندما ننظر إلى الوراء ونتساءل عن معنى كل ذلك ، سنتساءل عما إذا كنا مهمين.
لاكتشاف الإجابة ، سننظر بشكل فريد إلى اتصالاتنا (أحبائنا ومن تأثرنا بهم) وإلى مساهماتنا.

ولكن حتى أثناء قيامنا بتقييم اتصالاتنا والتفكير فيها ، فإننا نفكر حقًا في ما ساهمنا به في تلك الروابط.
نحن نتساءل عما إذا كنا قد منحنا أنفسنا لعلاقاتنا ، وما إذا كنا نحبها تمامًا وبصراحة وصدق.

نتساءل عما إذا كنا قد منحنا الآخرين الوقت والاهتمام والقبول والمودة التي يستحقونها منا. نحن نتساءل ، بشكل أساسي ، عما ساهمنا به للعالم ولمن حولنا. في النهاية ، هذه هي الطريقة التي نقيس بها معنى حياتنا.

يمكنك الحصول على أموال مقابل القيام بأي شيء تقريبًا. اذهب إلى fiverr.com وشاهد كل الأشياء المجنونة التي سيفعلها الناس مقابل القليل من المال. ولكن هناك عدد أقل من المهام في هذا العالم والتي ستؤدي إلى حصولك على شكر صادق. عندما يتعلق الأمر بتحديد القيمة التي تساهم بها وبالتالي المعنى في حياتك ، فإن "الشكر" هي أداة قياس أفضل بكثير من المال.

ربما هذا هو سبب رغبتنا في ذلك كثيرًا. أو ربما بسبب نسبة الإيجابية.

نسبة الايجابية

يشير بحث الدكتورة باربرا فريدريكسون إلى نتيجة واضحة جدًا. نحن

كلهم بحاجة لسماع "شكرا". . . كثيراً. لجميع الأسباب المذكورة أعلاه ، زائد واحد

أكثر:

وفقًا للنتائج التي توصلت إليها ، يحتاج البشر إلى تجربة ثلاث مشاعر إيجابية مقابل كل عاطفة سلبية من أجل الازدهار. يقترح جون جوتمان ، خبير الزواج الشهير ، أن النسبة أقرب إلى خمسة إلى واحد ، وقد وضع علماء النفس الآخرون هذه النسبة على سبعة إلى واحد. كتب ، Tim Grahlوهو مؤلف ومدون ، "وعلى الرغم من عدم وجود دراسة علمية تم إجراؤها حول هذا الموضوع ، أعتقد أننا نتفق جميعًا على أن معظم الكتاب يحتاجون إلى تلقي حوالي 50مراجعة جيدة للتعافي من واحدة سيئة".

لذلك على الرغم من كل القوة السحرية لـ "شكرًا لك" ، ربما يكون أفضل استخدام لها هو ملء الفراغ العميق لأي علاقة شخصية غير جيدة الشكر. في الواقع ، الامتنان أمر بالغ الأهمية للعلاقات الصحية.

يقول جوتمان ، "الالتزام يعني ضمناً. . . تغذية الامتنان ."وصف جيفري فروه ، أستاذ علم النفس بجامعة هوفسترا والمؤلف المشارك لكتاب ، "Making Grateful Kids "الامتنان بأنه "الرابط الاجتماعي [الذي] يقوي العلاقات". إن كلمة "شكر" السحرية تجمعنا معًا ، ونقص كلمة "شكر" يفرق بيننا.

كيف يمكن أن يكون الناس مستائين جدًا؟

إذا طلبت منك التفكير في شخص غير ممتن بشكل نمطي ، فقد تستحضر صورة لمراهق متجهم من عائلة ثرية. شخص لديه كل ما يمكن أن يحتاجه ، شخص ليس لديه مسؤوليات ، ومع ذلك شخص لديه إحساس هائل بالاستحقاق ونقص كامل في الامتنان. قد تتخيلهم وهم يديرون أعينهم عندما يُطلب منهم إخراج القمامة والرد بملل .Whatevs، Dad" أعطني مفاتيح سيارة بورش ."

كيف يمكن أن يحدث هذا؟ كيف يمكن لشخص يعيش حياة الوفرة التي لا مثيل لها (مثل معظم الأمريكيين ، مقارنة ببقية العالم) ألا يعبر عن امتنانه الصادق تجاه كل نعمة تأتي في طريقه؟ باختصار ، كيف يمكننا أن نكون جاحدين للجميل؟

نحن في الواقع لسنا جاحدين للجميل كما يبدو. الناس ممتنون كل يوم ، لكننا نميل إلى تذكر الجحود. يقول فروه أنه في حين أنه من الصحيح أن بعض الناس يولدون بشخصيات جاحدة بشكل طبيعي ، فإن السبب الأكثر احتمالاً لسلالات الجحود التي تكمن فينا جميعًا هو ظاهرة دماغنا

القدرة على التكيف. اعتدنا على الأشياء ، وفجأة لم نعد نشعر بالامتنان لها. نبدأ في اعتبارها أمرا مفروغا منه. ومع ذلك ، فإن الشخص الذي يشعر بالامتنان سوف يبطئ من عملية التكيف ويستغرق وقتًا في شم رائحة الورود ، أو ملاحظة غروب الشمس الجميل ، أو التعبير عن التقدير للموظف.

وبالنسبة لأولئك الذين فعلوا ذلك ، كشفت الأبحاث الحديثة عن مفاجأة لا تصدق فوائد. على سبيل المثال ، وفقًا للدكتور روبرت إيمونز ، الأشخاص الممتنون:

- العيش لفترة أطول (حوالي سبع سنوات أطول من الأشخاص الناقدين للجميل -في المتوسط) يشعرون بألم جسدي أقل ، وممارسة المزيد من النوم يكون أكثر صحة وسعادة ٪25)أكثر سعادة ، وفقًا لإحدى الدراسات) أقل إجهادًا
- أكثر كرمًا وأقل اكتئابًا ، اجعل الأطباء والممرضات الأفضل يتمتعون بطاقة أكبر ، أكثر اجتماعية ، أكثر تفاؤلاً ، المزيد من الرضا العام عن الحياة ، تجربة أقل قلقًا وخوفًا لديهم قدرة أكبر على تجربة المتعة تميل إلى إظهار تحيز إيجابي للتذكر (يتذكرون ذكريات ممتعة أكثر من غير السارة)

مع فوائد لا تصدق لكل من المانح والمتلقي ، فإن كلمة "شكرًا" يبدو أنه سحري مثل ثورستون نفسه.

قول "شكرا" أكثر

صحيح أنه يمكن تنمية شخصية ممتنة -حتى لو كنت البخيل مثل العاق. يمكنك أن تبدأ بقول "شكرًا" أكثر وتعنيها.

أو ربما ليس عليك حتى أن تعني ذلك. مفهوم الإدراك المتجسد

تشير إلى أن أجسادنا الجسدية تؤثر على أفكارنا. تمامًا مثلما سيجعلك الابتسام بما يكفي تشعر بالسعادة ، فإن الضغط بقبضات اليد سيخلق توترًا وتوترًا ، من خلال التحدث جسديًا بكلمات مثل "شكرًا لك" و "مبارك" و "وفير" بصوت عالٍ ، وعن طريق الإيماءات المرتبطة بالشكر- مثل "يدا الصلاة" ، أو الانحناء ، أو وضع يدك على قلبك -يرسل جسمك إشارات إلى عقلك لتشجيعه على إنتاج المزيد من الشعور بالامتنان.

كن حذرًا مع استراتيجية "زيفها حتى تصنعها" ، على الرغم من ذلك. أنا أوصي به فقط للتعبير عن شكرك لأشياء مثل شروق الشمس الجميل أو الكون أو الله -وليس للآخرين. القاعدة الأساسية للتواصل مع البشر الآخرين هي أن الأصالة تتفوق على كل شيء. إذا حاولت "تزييفها حتى تصنعها" مع إنسان آخر ، فسوف يكتشفونك على أنك زائف وسينتهي بك الأمر إلى إلحاق ضرر أكبر من نفعك.

بدلاً من ذلك ، تحدى نفسك في الاحتفاظ بدفتر يومي مكتوب بخط اليد للامتنان لمدة ثلاثين يومًا. اكتب شيئًا واحدًا على الأقل تشعر بالامتنان له كل يوم ، ولا تكرر شيئًا أبدًا. إذا كان هذا كثيرًا بالنسبة لك ، فحاول تسمية الأشياء بصوت عالٍ أثناء تنقلك من العمل وإليه. يتأمل. يصلي. افعل كل ما يتطلبه الأمر لتبدأ في الشعور بالامتنان.

عندما تلاحظ أنها بدأت في العمل ، يمكنك التخرج للتعبير عن الامتنان ظاهريًا للآخرين. يمكن أن تساعدك الأنشطة مثل الكتابة بانتظام على بطاقات الشكر أو إجراء "زيارة امتنان" لشخص تأخرت كثيرًا عن تقديم الشكر الصادق له على تنمية المزيد من الامتنان داخل نفسك. (تأكد من إحضار علبة أو اثنتين من المناديل الورقية أثناء زيارتك للامتنان).

خمسة مكونات فعالة "شكرًا"

كان باحث الامتنان المعروف جيفري فروه لطيفًا بدرجة كافية لمشاركة هذه العناصر الرئيسية الخمسة لشكر فعال خلال مقابلتي معه:

.1كن في الوقت المناسب.

لم يفت الأوان أبدًا للتعبير عن الشكر لشخص ما. ومع ذلك ، كلما كان ذلك أسرع ، كان ذلك أفضل -خاصة إذا كنت تأمل في تعزيز السلوك الذي تشكره عليه.

.2تكمل صفات المتبرع.
"أشكرك على الاستماع لي تلك الليلة. أنت مستمع جيد ، وأنا أقدر ذلك حقًا فيك ."أو "شكرًا لك على البطاقة والهدية. أنت شخص عميق التفكير ."اسمح لشكر الشكر أن يمتد إلى ما بعد الفعل ، واجعل الأمر يتعلق أيضًا بالشخص الذي يقف وراء الفعل.

.3التعرف على نية المتبرع.
هذا هو قلب شكراً أصيلاً. الاعتراف بالنية يقر بأنهم فعلوا شيئًا لطيفًا من أجلك ، ويقر بأن عملهم الصالح كان مع سبق الإصرار. "شكرًا. أعلم أنه ليس عليك مساعدتي في نقل أثاثي إلى مكاني الجديد. من الجيد معرفة أن الناس ما زالوا يعرضون المساعدة بدافع من طيبة قلوبهم ."

.4التعرف على التكاليف التي يتحملها المتبرع.

عندما يفعل الناس شيئًا لطيفًا لنا ، فإنهم يتخلون عن الوقت أو المال أو الطاقة التي كان من الممكن إنفاقها في فعل شيء ما لأنفسهم. أخبرهم أنك تقدر ذلك. "اسمع ، أعلم أنك تركت اجتماعك مبكرًا لتأتي إلى هنا. هذا يعني الكثير أنك تتجاهل أولوياتك بالنسبة لي.

شكرًا لك."

.5توضيح الفوائد.

أخيرًا ، شاركهم نتيجة عملهم اللطيف. "بسبب الكرم
بدعم منكم ومن غيركم ، تمكنا من جمع أربعة آلاف دولار للأسر المحتاجة في مجتمعنا. ستحدث هذه الأموال فرقًا كبيرًا في حياتهم في موسم العطلات هذا. شكرًا لك!"

خلق ثقافة "الشكر"

سواء كنت عضوًا في منظمة أو عائلة ، إذا كنت قد قرأت هذا حتى الآن ، فمن المحتمل أنك تريد إنشاء المزيد من ثقافة "الشكر" داخل تلك المجموعة.

إليك كيف يمكنك القيام بذلك.

إنها تبدأ معك

من الأفضل دائمًا أن تكون قدوة يحتذى بها. اتبع الاقتراحات أعلاه من أجل

أشعر بمزيد من الامتنان وقل "شكرًا" في كثير من الأحيان. هناك قول تركي قديم: "تبدأ السمكة في النتن من رأسها". لا تسمح للجحود بالتسلل إلى مجموعتك من خلالك.

أشركهم

في تشرين الثاني (نوفمبر) ، قدمت لنفسي تحديًا ممتنًا. ساعدتني ابنتي كلوي في تزيين مشهد الخريف ، بما في ذلك ديك رومي عيد الشكر (مصنوع من مخطط يدها الصغيرة). نضعها في إطار صورة ، وكل يوم كنت أكتب على الزجاج بقلم المسح الجاف شيئًا كنت ممتنًا له. وكانت تسألني كل يوم عما كتبته عن الديك الرومي. لم يجعلني ذلك مسؤولاً عن التحدي الذي أواجهه فحسب ، بل أتاح لي أيضًا بعض اللحظات المؤثرة والقابلة للتعليم بشكل مذهل.

BPOD

هذا يعني "أفضل جزء من اليوم". الفكرة بسيطة. أثناء اجتماع أو وجبة مسائية ، اسمح لكل شخص بمشاركة BPOD. هذا يشجع الناس على التركيز على الأشياء الجيدة التي نشكرها بدلاً من الأشياء غير الجيدة التي نفضل الشكوى منها.

هناك موقع ويب رائع يسمى 100happydays.com يشجع على ممارسة مماثلة.

نظام "شكرًا لك"

إليك فكرة قدمتها لاني ليونز والتي يمكن لأي مدرسة أو شركة أو عائلة استخدامها على الفور لإنشاء ثقافة أكثر امتنانًا.

يحصل كل شخص على ثلاث بطاقات "شكر" مغلفة في بداية الأسبوع مع إدراك أنه يجب عليهم منحها لأي شخص يفعل شيئًا يستحق القليل من التقدير الإضافي. يفوز الشخص الذي حصل على أكبر عدد من بطاقات الشكر في اجتماع الأسبوع المقبل بجائزة صغيرة. إذا لم يتنازل شخص ما عن بطاقات الشكر الثلاثة الخاصة به ، فسيتم استبعاده لهذا الأسبوع.

شكرا بنقاط القوة

شجع الناس على التعبير عن شكرهم بطرق تستفيد من قوتهم. على سبيل المثال ، ابنتي فنية للغاية ، ويمكنها أيضًا أن تكون خجولة جدًا. لذا فبدلاً من إجبارها على الذهاب إلى قريب بعيد قدم لها للتو هدية عيد ميلادها وتغمغم "شكرًا" غير الصادق ، يمكنني أن أشجعها على إنشاء بطاقة شكر له. بمرور الوقت ، ستبدأ في تكوين علاقات إيجابية أكثر بكثير مع الإعراب عن الامتنان وتكون أكثر استعدادًا للقيام بذلك في المستقبل.

لمحة سريعة "شكرا"

- "شكرًا" أمر سحري لأنه يتيح للناس معرفة أنهم يساهمون في حياة الآخرين -وهي رغبة نفسية عميقة.
- يساعد قول "شكرًا" على موازنة "نسبة الإيجابية" لأي علاقة.
- يمكن أن يكون الجحود نتيجة للتكيف.
- للامتنان فوائد صحية مدهشة.
- يمكن أن يجعلك قول "شكرًا" في الواقع تشعر بمزيد من الامتنان.
- هناك خمسة مكونات لـ "الشكر" الفعال: كن في الوقت المناسب ، واستكمل سمات المتبرع ، واعرف نية المتبرع ، واعترف بالتكلفة التي يتحملها المتبرع ، ووضح الفوائد التي تلقيتها.
- لا يقول القادة العظماء "شكرًا" فحسب ، بل إنهم ينشئون "ثقافة شكر" داخل مجتمع الأشخاص من حولهم.

استنتاج

الكلمات مهمة لأن
مسائل الاتصال

يجب ألا ننسى أبدًا أن الكلمات قوية. بعد كل شيء ، كانت اللغة هي التي أوصلتنا إلى قمة السلسلة الغذائية في المقام الأول. في عالم اليوم ، ستكون كلماتنا مرة أخرى هي التي تقودنا إلى قمة سلسلة الطعام الشخصية الخاصة بنا في العمل وفي الحياة.

مهارات الاتصال أقوى من أي مهارة أخرى يمكننا تطويرها. الكلمات تلهم. الكلمات تبيع. ربط الكلمات. في الواقع ، صنف المشتركون في Harvard Business Review القدرة على التواصل "بالحقيقة الأكثر أهمية في جعل تنفيذيًا قابلاً للترقية" -أهم من الطموح والتعليم والعمل الجاد وحتى المهارات التقنية.

بشكل مأساوي ، تختفي مهارات الاتصال بمعدل ينذر بالخطر. سواء كان ذلك بسبب زيادة استخدام التكنولوجيا وتقليل التفاعلات وجهاً لوجه أم لا ، فقد أظهرت الأبحاث أننا لا نهتم ببعضنا البعض وأننا أكثر نرجسية من أي وقت مضى في التاريخ البشري المسجل. نقضي ما متوسطه سبع ساعات ونصف الساعة يوميًا في التحديق في الشاشة. تنقرض رغبتنا في الاتصال.

الآن وقد أتاح لنا العلم لمحة عن كيفية تأثير كلماتنا حقًا بأدمغة من حولنا ، يمكننا اتخاذ خيارات أكثر حكمة والبدء في تكوين روابط أكثر فعالية. لدينا الأدوات. تم وضع العديد منهم في هذا المجلد. السؤال الوحيد هو ، هل نحن على استعداد لاستخدامها؟

أعتقد أنه إذا كانت الحلول لأكبر مشاكل العالم وأكثرها إلحاحًا تم اكتشافها من أي وقت مضى ، فمن المرجح أن تبدأ بزيادة الاتصال البشري. عندما يجتمع الناس ، تحدث أشياء سحرية. لهذا السبب يحتاج العالم إلى المزيد من الأشخاص الذين يعرفون كيف يدفعون الآخرين إلى العمل. نحن بحاجة إلى قادة يمكنهم التحفيز والمشاركة والتأثير والإلهام. الأهم من ذلك ، نحن

بحاجة إلى المزيد من الأشخاص الذين يعرفون كيفية استخدام قوة الكلمات لجسر الاختلافات والتواصل مع من حولهم.

الاتصال هو المهم حقًا. في نهاية حياتنا ، سوف ننظر
أرجع باعتزاز إلى العلاقات العميقة التي أجريناها والعلاقات التي كانت لدينا.

هذا هو السبب في أن معظم الناس يتفقون على أنه في حين أنه من الممكن تراكم الكثير من الأشياء في هذا العالم ، إلا أنه من المستحيل تجميع الكثير من الروابط البشرية.

الاتصال البشري: الآن هذا سحر حقيقي.

شكر وتقدير

من المحتمل جدًا أن تكون "شكرًا" هي الكلمة المفضلة لدي. هناك شيء جميل في السحر الذي يمنحه لكل من الشخص الذي يسمعه والشخص الذي يتحدث به. أعلم أنه مع كل الأشخاص الذين يجب أن أشكرهم على هذا الكتاب ، سأتلقى مزايا الامتنان لفترة طويلة قادمة.

أولاً ، شكر خاص للغاية لزوجتي ، كاتي ، وبناتي ، كلوي وصوفي ، على حبهم ودعمهم الدؤوب -حتى عندما تكون الأضواء مطفأة وكلماتي خرقاء وغير سحرية بالتأكيد. أنت تلهمني أكثر مما تعرف.

إلى وكيل أعمالي ، جايلز أندرسون ، وفريقه ليس فقط لأنهم رأوا الماس الخام على الفور فحسب ، بل عملوا معي بلا كلل للمساعدة في صقله.
بدون جهوده للإتقان والترويج ، من المؤكد أنك لن تحمل هذا الكتاب بين يديك الآن.

إلى محرري ، جانيت شو ، لمعالجة مخطوطتي بمثل هذا الصبر
والاحترام. قدرتها المذهلة على التخلص من الخشونة ، ومع ذلك تسمح بصوت المؤلف بالعبور ، هي السبب الوحيد وراء سهولة قراءة هذا الكتاب.
لأي شخص ساهم في المحتوى والرؤى ، مع إيماءة خاصة لجيفري
فروه وديفيد فريس وكينتون كنيبر ومونيكا كورنيتي. كان لديكم جميعًا مثل هذا الحماس المعدي لمجالات خبرتك الخاصة. شكرا لك على وقتك وموهبتك.

إلى John Duff وجميع العاملين في Prentice Hall Press على الفور
التقاط الرؤية والوقوف وراء هذا الكتاب بنسبة 100 بالمائة.
إلى أصدقائي المقربين وشركائي التجاريين كينيدي وكوستاس ، على تشجيعهم الذي لا يكل وجلسات العصف الذهني التي لا تنتهي. أنا أحترمكم يا رفاق وكأنكم لن تصدقوا.

إلى كاميرون ، لمساعدتي في الحفاظ على نشاطي التجاري قائمًا بينما كنت بعيدًا عن البحث والكتابة. لقد عرفتك منذ فترة طويلة ، وبصفتي أبًا ، فأنا على يقين من أن والدك سيكون فخوراً به.

إلى أول البشر الذين لاحظتهم على الإطلاق ، بالإضافة إلى الجماهير الأولى: أمي ،
أبي ، كريس ، فو ، نانا ، وبقية أفراد عائلتي وأصدقائي. شكرًا لغرس البذور في حياتي والحراسة الدائمة أثناء نموها.
أخيرًا ، إليك ، للاهتمام بالاتصال البشري بما يكفي لإنشاء ملف

تحسين مهارات الاتصال الخاصة بك. أتمنى أن تحفز كلماتك وتشترك وتؤثر بطرق لم تتخيلها من قبل!

عن المؤلف

كان تيم ديفيد ساحرًا وعالمًا عقليًا محترفًا منذ سن التاسعة عشرة ، حيث قدم ما يصل إلى ثلاثمائة عرض حي سنويًا. يواصل ممارسة السحر والعقلية وتعليمهما ، وفي عام 2010 حصل على لقب "أفضل عقلي في أمريكا الشمالية". تتلقى قناته الشهيرة على YouTube أكثر من مائة ألف مشاهدة شهريًا ، وينحدر طلابه من أكثر من سبعين دولة حول العالم.

يركز تيم حاليًا على مساعدة الأشخاص ليصبحوا أكثر فعالية وتأثيراً في التواصل. يقدم أكثر من مائة كلمة أساسية ودورة تدريبية كل عام ، بالإضافة إلى برامجه الصوتية والكتب الإلكترونية والبرامج عبر الإنترنت. قم بزيارته على MagicWordsBook.com لقراءة مدونته ومشاهدة مقاطع الفيديو الخاصة به ومتابعته على Twittertimdavidmagic.

يعيش مع زوجته وأطفاله في ماساتشوستس.

اتبحث عن المزيد؟

قم بزيارة Penguin.comلمعرفة المزيد عن هذا المؤلف وقائمة كاملة من كتبه.

اكتشف القراءة الرائعة التالية!